



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS  
TRADICIONALES BIZCOCHUELOS Y ROSQUETES, EN LA PARROQUIA  
LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTORA: EVELIN ESTEFANÍA RUANO CANGÁS**

**DIRECTOR: ING. COM. MSC. LUIS VÁSQUEZ**

**IBARRA, DICIEMBRE 2013**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo ha sido investigado para determinar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y roquetes en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, Provincia del Carchi, se determina que el proyecto tiene aceptación, entre los puntos relevantes se citan los siguientes:

Del Diagnóstico Situacional se determinó que en la zona no existe una empresa dedicada a la producción y comercialización de bizcochuelos y roquetes, siendo estos productos tradicionales del sector. Con el estudio de mercado se identificó una demanda potencial a satisfacer significativa, siendo una gran oportunidad de negocio. Del estudio técnico se logró determinar la localización óptima del proyecto, siendo la parroquia La Paz, un lugar estratégico para que la empresa inicie sus actividades operativas. Para dar inicio a las actividades la empresa ha realizado los respectivos presupuestos de ingresos, costos y gastos, se estructuró los respectivos estados financieros, para posteriormente realizar el respectivo análisis financiero, la correcta aplicación de indicadores financieros, determinando que el proyecto es factible, en los escenarios analizados. Se ha definido la estructura estratégica y orgánica del proyecto según las nuevas estrategias administrativas, donde el principal aspecto es el talento humano. Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos son positivos lo que demuestra que la creación de una empresa es favorable y no representa ningún daño a la comunidad ni al entorno.

## **ABSTRACT**

This work has been investigated to determine the feasibility of creating a company dedicated to the production and marketing of traditional bizcochuelos (backed dough with syrup) and rosquetes (doughnuts with sugar powder) in La Paz, Montúfar county, Carchi province, it is determined that the project is accepted, among the relevant aspects the following are mentioned:

The Situational Diagnosis determined that in the research area there's no a company dedicated to the production and marketing of bizcochuelos (backed dough with syrup) and rosquetes (doughnuts with powder sugar), being these products traditional of the research area. With the market research was identified a significant and potential demand, being a great business opportunity. The Technical study was able to determine the optimal location of the project, being La Paz a strategic place for the company to start its operational activities. To start the activities the company has made the budgets of revenues, costs and expenses, was structured the respective financial statements, later to make the respective financial analysis, the correct application of financial indicators, determining that the project is feasible, in the scenarios analyzed.

It has defined the strategic and organizational structure of the project under the new management strategies, where the main issue is human talent. The results of the impact assessment are positive, which shows that the creation of a company is favorable and poses no harm to the community or environment.

## AUTORÍA

Yo, Evelin Estefanía Ruano Cangás, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 040140350-6, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS TRADICIONALES BIZCOCHUELOS Y ROSQUETES, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”** Y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que este trabajo no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored surface. The signature is stylized and appears to read 'Evelin Ruano'.

.....  
Evelin Ruano

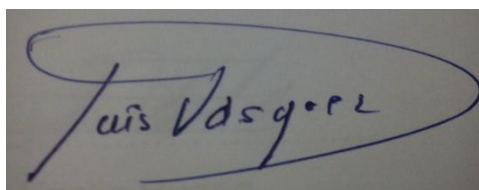
040140350-6

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Evelin Estefanía Ruano Cangás, con cedula de identidad N°. 040140350-6, para optar por el Título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS TRADICIONALES BIZCOCHUELOS Y ROSQUETES, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 19 días del mes de Diciembre del 2013

Firma

A handwritten signature in blue ink, reading "Luis Vásquez", enclosed within a large, loopy oval stroke.

Ing. LUIS VÁSQUEZ  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, EVELIN ESTEFANÍA RUANO CANGÁS, con cédula de identidad N°. 040140350-6, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículo 4, 5 y 6 , en calidad de la obra o autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS TRADICIONALES BIZCOCHUELOS Y ROSQUETES, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....  
Evelin Ruano  
040140350-6

Ibarra, a los 19 días del mes de Diciembre del 2013

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD</b>		040140350-6	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>		Evelin Estefanía Ruano Cangás	
<b>DIRECCIÓN:</b>		La Paz, Calle García Moreno y 28 de Octubre	
<b>EMAIL:</b>		<a href="mailto:eve-ruano@hotmail.com">eve-ruano@hotmail.com</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	(06) 2979205	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0993333069

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS TRADICIONALES BIZCOCHUELOS Y ROSQUETES, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.”</b>
<b>AUTOR (ES):</b>	Evelin Estefanía Ruano Cangás
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Ing. Luis Vásquez

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**


Yo, EVELIN ESTEFANÍA RUANO CANGÁS, con cédula de ciudadanía N°. 040140350-6, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3. CONSTANCIAS**

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 19 días del mes de Diciembre del 2013

### **EL AUTOR:**

(Firma) 

Nombre: Evelin Ruano

C.C040140350-6

### **ACEPTACIÓN:**

(Firma) .....

Nombre: Bethy Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario



## **DEDICATORIA**

“El éxito no es la clave de la felicidad. La felicidad es la clave del éxito. Si amas lo que haces serás exitoso” - Alber Schweitzer.

Dedico el presente trabajo a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento importante de mi vida profesional.

A mi madre Rosa Margarita Ruano Cangás, al ser que me dio la fortaleza y su apoyo incondicional día a día; por sus consejos, por su ejemplo de perseverancia y constancia, por sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

A mis abuelitos Miguel Ruano y Laura Cangás, por estar conmigo en las buenas y en las malas.

De manera especial al inolvidable recuerdo de mi querida hermana (+) María Fernanda Ruano por su ejemplo de trabajo.

## **AGRADECIMIENTO**

“La gratitud es una flor que brota del alma” - Henry W. Beecher

Primero y antes que nada un infinito agradecimiento a Dios, el creador de todas las cosas, por darme la fortaleza y sabiduría en cada paso que doy, por fortalecer mi mente e iluminar mi corazón y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante toda mi vida.

A la Universidad Técnica del Norte de manera especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas ya que durante varios años me permitió enriquecerme de sus conocimientos.

Un agradecimiento especial al Ing. Luis Vásquez, por su colaboración, paciencia y apoyo, ya que con su profesionalismo ha sabido guiarme en el desarrollo de mi proyecto.

## PRESENTACIÓN

El presente Proyecto consistió en un: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes en la parroquia La Paz, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi”. Se desarrolló a fin de lograr el éxito de la empresa, mediante el análisis de los siguientes capítulos.

**Capítulo I Diagnóstico Situacional:** El presente proyecto en su primer capítulo estructuró un diagnóstico situacional con la finalidad de establecer el problema central, establecer objetivos claros y realizables, medibles, se procedió a identificar aliados, oponentes, riesgos y oportunidades, reconociendo la importancia de la ejecución del presente proyecto. A través de técnicas como la entrevista se logró obtener información real.

**Capítulo II Marco Teórico:** Se estableció las bases teóricas para que la presente investigación permita encausar en forma adecuada el contexto de servicio a la población de La Paz, sector turístico, bases que dieron el sustento necesario y que permitieron identificar la importancia del proyecto, dicho marco teórico se obtuvo de libros de diferentes autores, páginas de internet, revistas, enciclopedias, fichaje, mediante constantes visitas a bibliotecas, internet, y otros sitios destinados a consultas.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** Se realizó un estudio de mercado mediante una encuesta dando conocer el producto tradicional a ofrecer a la comunidad local, turística nacional e internacional se merece, se identificó el segmento de mercado al cual se dirige el presente proyecto, se analizó la oferta y demanda de los productos tradicionales bizcochuelos y rosquetes y la potencial demanda a satisfacer, se tomó en cuenta a la competencia y las formas de comercio de la zona estableciendo las mejores conclusiones.

**Capítulo IV Estudio de Técnico:** Se diseñó un apropiado estudio técnico para establecer la ubicación del proyecto a través de la micro localización y macro localización, además se planteó la estructura física ideal y su distribución para su puesta en marcha, esto se logró consultando a un experto en el tema de construcciones con experiencia. Además se realizó el presupuesto conveniente mediante la utilización de todos los conocimientos adquiridos durante los periodos académicos.

**Capítulo V Estudio Financiero:** Se planteó determinar la factibilidad económica del proyecto realizando un estudio financiero. Se señaló el presupuesto de inversión utilizando todos los datos relevantes de la economía nacional y local, se obtuvo el costo de oportunidad mediante el análisis de indicadores importantes como el TIR y el VAN, además se mostró Estados Financieros de acuerdo a normas establecidas y exigidas para su presentación, respetando leyes, reglamentos que también exige el país.

**Capítulo VI Estructura Organizacional:** Se construyó el modelo administrativo, cómo la empresa empezará sus actividades productivas, para esto se tomó la base de la Misión, Visión, Objetivos, Políticas, Estructura Organizacional de la empresa.

**Capítulo VII Impactos:** Se estudió los principales impactos, que la activación del proyecto puede generar en el entorno en el que se desarrolle. Se identificó claramente las consecuencias que se genera aprovechando las oportunidades que se presenten.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN .....	V
DEDICATORIA .....	IX
AGRADECIMIENTO .....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
ÍNDICE GENERAL.....	XIII
ÍNDICE DE CUADROS .....	XXI
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XXIV
ÍNDICE DE TABLAS .....	XXVI
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XXVIII
OBJETIVO GENERAL .....	XXVIII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	XXVIII
JUSTIFICACIÓN .....	XXIX

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes del diagnóstico .....	31
Historia.....	31
Problema .....	32
Objetivos del diagnóstico .....	33
Objetivo general.....	33
Objetivos específicos .....	33
Variables diagnósticas .....	33
Indicadores de las variables diagnósticas.....	34
Matriz de relación diagnóstica .....	36
Aspectos demográficos del cantón montúfar .....	37

Aspectos socioeconómicos del cantón montúfar .....	38
Aspectos del talento humano.....	41
Mecánica operativa.....	43
Diseños de instrumentos de investigación.....	43
Tabulación y análisis de la información .....	45
Entrevistas aplicadas a la competencia .....	45
Análisis aoor .....	49
Determinación de la oportunidad de la inversión .....	50

## **CAPÍTULO II**

### **BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS**

La empresa.....	51
Importancia de las empresas.....	51
Elementos de la empresa .....	52
Características o fines de la empresa.....	53
Clasificación de las empresas .....	54
Estudio de mercado .....	55
La oferta.....	55
La demanda.....	56
Fundamentos de mercadotecnia .....	56
Mercadeo y comercialización.....	56
El producto.....	57
Clasificación de los productos .....	57
Factores que influyen en la planeación de un producto.....	58
Causas del éxito o fracaso de un producto.....	59
Producción.....	59
Importancia de la producción.....	59
Tipos de producción.....	60
Producto .....	60
Precio.....	61
Políticas del precio.....	61

Publicidad .....	62
Tipos de publicidad .....	62
Factores de la publicidad .....	63
Promoción.....	63
Factores de promoción que influyen en la compra .....	64
Plaza.....	64
Estudio técnico .....	65
Proyecto.....	65
Inversión .....	65
Inversiones temporales.....	66
Inversiones a largo plazo .....	66
Proyectos de inversión.....	66
Clasificación de los proyectos.....	67
Ciclo de los proyectos.....	68
Tamaño del proyecto .....	69
Localización del proyecto.....	69
Macro localización .....	70
Microlocalización .....	70
Ingeniería del proyecto .....	71
Tecnología .....	71
Estudio financiero .....	72
Presupuestos.....	72
Ingresos.....	72
Gastos .....	73
Ganancias.....	73
Costo .....	73
Materia prima directa .....	74
Mano de obra directa.....	74
Costos indirectos de fabricación .....	75
Costos de administración.....	75
Costos de ventas .....	76
Costos fijos .....	76

Costos variables .....	76
Costos semivARIABLES.....	77
La contabilidad.....	77
Contabilidad de costos.....	77
Sistema de costos.....	78
Sistema de costos por órdenes de producción .....	78
Sistema de costos por procesos .....	78
Activo .....	79
Pasivo .....	79
Patrimonio.....	79
Estados financieros.....	80
Estado de situación financiera .....	80
Estado de resultados .....	80
Estado de flujo del efectivo .....	81
Indicadores de evaluación .....	81
Tasa interna de retorno (tir) .....	82
Periodo de recuperación de la inversión.....	82
Estructura organizacional .....	83
Organización.....	83
Misión .....	84
Visión .....	84
Principios y valores .....	84
Políticas .....	85
Objetivos.....	85
Organización estructural .....	86
Orgánico funcional .....	86
Impactos .....	87
Tradicional .....	87
Bizcochuelo .....	89
Principales ingredientes.....	89
Tipos de bizcochos .....	89
Algunas causas de porqué un bizcochuelo no sale bien. ....	90



Rosquete .....	91
Principales ngredientes.....	91
Tipos de rosquetes .....	91
Ingredientes .....	92
Harina .....	92
Azúcar.....	92
Huevos.....	93
Polvo de hornear .....	94
Sal.....	94
Leche .....	94

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación .....	95
Objetivos del estudio de mercado.....	95
Variables diagnósticas .....	96
Indicadores de las variables diagnosticas.....	96
Matriz de relación de estudio de mercado .....	98
Desarrollo operativo del diagnóstico .....	99
Determinación de la población.....	99
Determinación de la muestra proyectada .....	99
Determinación de la muestra .....	100
Diseños de instrumentos de investigación.....	102
Tabulación y análisis de la información .....	104
Encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia la paz.....	104
Identificación del producto .....	124
El bizcochuelo.....	124
El rosquete.....	125
Análisis de la demanda.....	125
Análisis de la oferta.....	128
Demanda potencial a satisfacer.....	130

Análisis de competidores .....	131
Análisis de precios .....	132
Comercialización de los productos de repostería .....	132
Conclusión del estudio de mercado .....	136

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Presentación .....	138
Localización del proyecto .....	138
Macro locación .....	139
Micro localización .....	140
Diseño del producto .....	142
Nombre del proyecto .....	144
Ingeniería del proyecto .....	144
Diseño de instalaciones .....	145
Operación .....	146
Procesos de producción y comercialización de los bizcochuelos .....	146
Proceso de producción y comercialización de los rosquetes .....	149
Ingeniería del proyecto .....	153
Flujogramas de proceso de la recepción de la materia prima .....	153
Diagrama de bloques de producción .....	155
Diagrama de bloques del proceso de producción y comercialización de los bizcochuelos .....	155
Diagrama de bloques del proceso de producción y comercialización de los rosquetes .....	156
Tamaño del proyecto .....	157
Análisis de la demanda insatisfecha a captar en el proyecto .....	157
Capacidad instalada y utilizada de producción .....	157
Tecnología .....	158
Maquinaria y equipo .....	158
Presupuesto de inversión .....	170

Activos fijos.....	170
Terreno .....	170
Infraestructura de la planta .....	170
Maquinaria y equipo.....	171
Muebles y enseres.....	172
Equipo de computación .....	172
Resumen de las inversiones en activos fijos .....	173
Capital de trabajo.....	173
Materia prima directa .....	173
Mano de obra directa .....	174
Gastos indirectos de fabricación .....	175
Gastos administrativos.....	176
Inversión total del proyecto .....	181
Resumen de la inversión .....	182

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Presentación.....	183
Necesidad del capital.....	183
Requisitos para acceder a un crédito:.....	184
Condiciones del crédito.....	185
Amortización de la deuda .....	186
Resumen de la amortización de la deuda.....	186
Metodo de depreciación de activos fijos .....	187
Depreciación de activos fijos .....	187
Proyección de ingresos.....	191
Proyeccion de egresos .....	192
Determinacion del costo de oportunidad.....	193
Determinación de la tasa de rendimiento medio.....	193
Balance de situación inicial proyectado .....	194
Balance de resultados proyectado.....	195

Estado de flujo de caja proyectado .....	196
Evaluacion financiera del proyecto .....	196
Valor actual neto .....	196
Tasa interna de retorno.....	198
Tasa de rendimiento beneficio costo .....	200
Periodo recuperacion de la inversión.....	201

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Razón social .....	203
Marco legal .....	203
Compañías de responsabilidad limitada .....	203
Análisis administrativo de la empresa.....	205
Análisis interno de la empresa .....	207
Nombre de la empresa .....	207
Misión .....	207
Visión .....	207
Políticas de la empresa.....	208
Principios y valores .....	208
Organización estructural .....	209
Niveles jerárquicos de la empresa.....	209
Organigrama jerárquico .....	211
Manual de funciones.....	211
Normas de seguridad e higiene en el trabajo .....	217
Control interno .....	219

## **CAPÍTULO VII**

### **ESTUDIO DE IMPACTOS**

Impacto económico.....	227
Impacto social .....	229

Impacto ambiental.....	231
Impacto empresarial - comercial .....	232
Impacto educativo - cultural .....	234
Impacto global del proyecto .....	236
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>237</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>239</b>
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>241</b>
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>241</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>241</b>
<b>LINCOGRAFÍA .....</b>	<b>242</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>244</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01: Matriz de relación diagnóstica.....	36
Cuadro N° 02: Matriz de relación de estudio de mercado.....	98
Cuadro N° 03: Género de los encuestados(as) .....	104
Cuadro N° 04: Edad de los encuestados(as).....	105
Cuadro N° 05: Actividad u ocupación de los encuestados(as) .....	106
Cuadro N° 06: Nivel de Instrucción de los Encuestados(as).....	107
Cuadro N° 07: Degustación de bizcochuelos y rosquetes .....	108
Cuadro N° 08: Beneficios nutricionales.....	109
Cuadro N° 09: Calidad de los rosquetes y bizcochuelos .....	110
Cuadro N° 10: Producto de preferencia .....	111
Cuadro N° 11: Razones de consumo de productos de repostería .....	112
Cuadro N° 12: Frecuencia de consumo .....	113
Cuadro N° 13: Unidades promedio de consumo.....	114
Cuadro N° 14: Razones de visita .....	115
Cuadro N° 15: Días de frecuencia para el consumo .....	116
Cuadro N° 16: Lugar de preferencia para adquirir el producto .....	117

Cuadro N° 17: Ingresos mensuales destinados para el consumo .....	118
Cuadro N° 18: Importancia del precio .....	119
Cuadro N° 19: Disponibilidad de pago .....	120
Cuadro N° 20: Creación de una nueva empresa .....	121
Cuadro N° 21: Servicios a ofrecer .....	122
Cuadro N° 22: Disponibilidad de compra .....	123
Cuadro N° 23: Comportamiento de la demanda de bizcochuelos y rosquetes .....	126
Cuadro N° 24: Proyección de la demanda de bizcochuelos .....	127
Cuadro N° 25: Proyección de la demanda de rosquetes .....	127
Cuadro N° 26: Comportamiento de la oferta de bizcochuelos y rosquetes .....	128
Cuadro N° 27: Proyección de la oferta de bizcochuelos .....	129
Cuadro N° 28: Proyección de la oferta de rosquetes .....	129
Cuadro N° 29: Demanda potencial a satisfacer de bizcochuelos .....	130
Cuadro N° 30: Demanda potencial a satisfacer de rosquetes .....	131
Cuadro N° 31: Método cualitativo por puntos .....	140
Cuadro N° 32: División Física de la Planta .....	146
Cuadro N° 33: Demanda Total a Captar de los dos productos Rosquetes Y Bizcochuelos .....	157
Cuadro N° 34: Capacidad Instalada Vs. Capacidad Utilizada .....	158
Cuadro N° 35: Inversión actual e inversión a realizar .....	170
Cuadro N° 36: Maquinaria y Equipo .....	171
Cuadro N° 37: Equipo de apoyo o menaje .....	171
Cuadro N° 38: Muebles y Enceres .....	172
Cuadro N° 39: Equipos de Computación .....	172
Cuadro N° 40: Resumen de las Inversiones en Activos Fijos .....	173
Cuadro N° 41: Costo de la materia prima directa anual de los bizcochuelos .....	173
Cuadro N°42: Costo de la materia prima directa anual de los rosquetes .....	174
Cuadro N°43: Tasa de proyección de sueldos .....	174

Cuadro N°44: Costo de la mano de obra directa anual .....	175
Cuadro N° 45: Requerimiento de materia prima indirecta de los bizcochuelos .....	175
Cuadro N° 46: Requerimiento de materia prima indirecta de los rosquetes .....	176
Cuadro N° 47: Otros Costos Indirectos de Fabricación .....	176
Cuadro N° 48: Costos de la Mano de Obra – Administración .....	177
Cuadro N° 49: Suministros y Materiales de Oficina .....	178
Cuadro N° 51: Otros Gastos de Administración.....	179
Cuadro N° 52: Resumen Gastos Administrativos .....	179
Cuadro N° 53: Costos de la Mano de Obra del Personal de Ventas .....	180
Cuadro N° 54: Otros gastos de ventas .....	180
Cuadro N° 56: Inversión del Proyecto.....	181
Cuadro N° 57: Resumen de la Inversión.....	182
Cuadro N° 58: Inversión total.....	183
Cuadro N° 59: Condiciones de la deuda con el BNF .....	185
Cuadro N° 60: Amortización de la deuda.....	186
Cuadro N° 61: Resumen de la amortización de la deuda en años .....	186
Cuadro N° 62: Años de vida útil de los activos fijos.....	187
Cuadro N° 63: Depreciación de activos fijos – Método de Línea Recta.	187
Cuadro N° 64: Distribución de la depreciación de activos fijos por departamentos.....	189
Cuadro N° 65: Total depreciación de activos fijos por departamentos ..	190
Cuadro N° 66: Ingresos bizcochuelos.....	191
Cuadro N° 67: Ingresos rosquetes.....	191
Cuadro N° 68: Ingresos totales.....	191
Cuadro N° 69: Egresos bizcochuelos .....	192
Cuadro N° 70: Egresos Rosquetes.....	192
Cuadro N° 71: Tasa de Ponderación .....	193
Cuadro N° 72: Tasa de Rendimiento Medio .....	193
Cuadro N° 73: Balance de Resultados .....	195
Cuadro N° 74: Estado de Flujo de Caja Proyectado.....	196

Cuadro N° 75: Cálculo del Valor Actual Neto con financiamiento .....	197
Cuadro N° 76: Cálculo de la tasa interna de retorno con financiamiento	199
Cuadro N° 77: Cálculo de la tasa de rendimiento beneficio costo .....	200
Cuadro N° 78: Tiempo de Recuperación .....	201
Cuadro N° 79: Tiempo de recuperación descontado .....	202
Cuadro N° 80: Tabla de Valoración de Impactos .....	226
Cuadro N° 81: Impacto Económico.....	227
Cuadro N° 82: Impacto Social.....	229
Cuadro N° 83: Impacto Ambiental .....	231
Cuadro N° 84: Impacto Empresarial – Comercial .....	232
Cuadro N° 85: Impacto Educativo – Cultural .....	234
Cuadro N° 86: Impacto Global del Proyecto .....	236

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01 : División geográfica del cantón Montúfar.....	37
Gráfico N° 02: Género de los encuestados(as) .....	104
Gráfico N° 03: Edad de los encuestados(as) .....	105
Gráfico N° 04: Actividad u ocupación de los encuestados(as).....	106
Gráfico N°05: Nivel de Instrucción de los encuestados(as) .....	107
Gráfico N° 06: Degustación de los bizcochuelos y rosquetes.....	108
Gráfico N° 07: Beneficios nutricionales.....	109
Gráfico N° 08: Calidad de los rosquetes y bizcochuelos.....	110
Gráfico N° 09: Producto de preferencia .....	111
Gráfico N° 10: Razones de consumo de productos de repostería .....	112
Gráfico N° 11: Frecuencia de consumo .....	113
Gráfico N° 12: Unidades promedio de consumo.....	114
Gráfico N° 13: Razones de visita .....	115
Gráfico N° 14: Días de frecuencia para el consumo .....	116
Gráfico N° 15: Lugar de preferencia para adquirir el producto.....	117
Gráfico N° 16: Ingresos mensuales destinados para el consumo.....	118



Gráfico N° 17: Importancia del precio .....	119
Gráfico N° 18 Disponibilidad de pago .....	120
Gráfico N° 19: Creación de una nueva empresa .....	121
Gráfico N° 20: Servicios a ofrecer.....	122
Gráfico N° 21: Disponibilidad de compra .....	123
Gráfico N° 22: Bizcochuelo .....	124
Gráfico N° 23: Rosquete .....	125
Gráfico N° 24: Demanda potencial a satisfacer de bizcochuelos.....	130
Gráfico N° 25: Demanda potencial a satisfacer de rosquetes.....	131
Gráfico N° 26: Rótulo que identifica a la empresa .....	133
Gráfico N° 27: Anuncio en la Prensa .....	134
Gráfico N° 28: Volantes .....	135
Gráfico N° 29: Macro localización, Provincia del Carchi .....	139
Gráfico N° 30: Micro localización, Ubicación Geográfica de la Planta ...	141
Gráfico N° 31: Micro localización, Ubicación de la empresa en terreno seleccionado .....	142
Gráfico N° 32: Producto terminado bizcochuelo .....	143
Gráfico N° 33: Producto terminado rosquete .....	144
Gráfico N° 34: Distribución de la Planta.....	145
Gráfico N° 35: Simbología del Flujo grama de proceso de la materia Prima .....	153
Gráfico N° 36: Flujograma de procesos - Compra de materia prima ....	154
Gráfico N° 37 : Diagrama de Bloques – Bizcochuelos.....	155
Gráfico N° 38: Diagrama de bloques - Rosquetes .....	156
Gráfico N° 39: Batidora Industrial .....	159
Gráfico N° 40: Cocina Industrial.....	160
Gráfico N° 41: Horno Industrial .....	160
Gráfico N° 42: Balanza .....	162
Gráfico N° 43: Vitrinas .....	162
Gráfico N° 44: Mesa de Trabajo .....	163
Gráfico N° 45: Artesa.....	164
Gráfico N° 46: Carro Bandejero .....	164

Gráfico N° 47: Moldes en Acero Inoxidable .....	165
Gráfico N° 48: Bandejas .....	166
Gráfico N° 49: Manga Pastelera .....	166
Gráfico N° 50: Cuchillos de Acero con el Mango de Madera .....	167
Gráfico N° 51: Jarras Plásticas .....	167
Gráfico N° 52: Espátulas.....	168
Gráfico N° 53: Uniformes para el Personal Operativo .....	168
Gráfico N° 54: Mantales De Cocina .....	169
Gráfico N° 55: Ollas .....	169
Gráfico N° 56: Organigrama Jerárquico.....	211

## **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla N° 01: Población por parroquias del cantón Montúfar.....	37
Tabla N° 02: Población, Superficie y Densidad Poblacional.....	38
Tabla N° 03: Población por Género .....	38
Tabla N° 04: Población Económicamente Activa del cantón Montúfar ....	39
Tabla N° 05: Personas promedio por hogar.....	39
Tabla N° 06: Actividades productivas de la parroquia La Paz .....	40
Tabla N° 07: Tipo de Comercio en el Cantón Montúfar .....	40
Tabla N° 08: Sectores de la producción del Cantón Montúfar .....	41
Tabla N° 09: Nivel de Instrucción de los habitantes de La Paz.....	41
Tabla N° 10: Asistencia a un establecimiento regular de los habitantes de la parroquia La Paz .....	42
Tabla N° 11: Tipo de establecimiento regular en la parroquia La Paz .....	42
Tabla N° 12: Índice de analfabetismo en el Cantón Montúfar .....	42
Tabla N° 13: Promedio horas trabajadas en la parroquia La Paz .....	43
Tabla N° 14. Población económicamente activa.....	99
Tabla N° 15: Decisión del VAN .....	197

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 01: entrevista dirigida a propietarios o administradores de panaderías .....	244
Anexo N° 02: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia La Paz.....	245
Anexo 03: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Directa de los Bizcochuelos .....	250
Anexo 04: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Directa de los Rosquetes .....	250
Anexo 05: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Indirecta de los Bizcochuelos .....	251
Anexo 06: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Indirecta de los Rosquetes .....	251
Anexo 07: Proyección de Precios de la Materia Prima Directa de los Bizcochuelos .....	251
Anexo 08: Proyección de Precios de la Materia Prima Directa de los Rosquetes .....	252
Anexo 09: Proyección de Precios de la Materia Prima Indirecta de los Bizcochuelos .....	252
Anexo 10: Proyección de Precios de la Materia Prima Indirecta de los Rosquetes .....	252

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes, en la parroquia La Paz, cantón Montúfar, provincia del Carchi.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia La Paz, Provincia del Carchi, a fin de determinar la oportunidad de inversión para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales rosquetes y bizcochuelos mediante el análisis de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.
- Establecer las bases teórico-científicas de los aspectos más relevantes que fundamentan la propuesta del proyecto, mediante la presentación de postulados de autores, investigadores y profesionales que nos permitan tener una visión completa de su magnitud.
- Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de los bizcochuelos y rosquetes, logrando determinar la demanda potencial para elaborar estrategias que permitan su adecuada comercialización.
- Elaborar la propuesta del proyecto en base a un estudio técnico y la ingeniería del proyecto mediante el cual se dará a conocer aspectos de localización, diseño e instalaciones, ubicación de la planta, flujo

grama de procesos, presupuesto técnico, inversión y tamaño del proyecto.

- Desarrollar una estructura administrativa y funcional de la empresa, realizando un organigrama para dar a conocer los niveles jerárquicos, así mismo se detallan las funciones de cada uno de los individuos que trabajarán en la empresa, así también se establecerán sus objetivos y políticas de la organización.
- Realizar la evaluación financiera y económica del proyecto utilizando diferentes procesos y herramientas financieras que permitan determinar su rentabilidad.
- Establecer y analizar los posibles impactos: económico, social, ambiental, empresarial – comercial, educativo – cultural, y el impacto global; que generara el proyecto.

## **JUSTIFICACIÓN**

### **Importancia**

La motivación de hombres y mujeres por actividades económicas como la elaboración y comercialización de productos elaborados a base de cereales, hace que considere a esta rama, como una oportunidad de desarrollo de los pueblos, por tal motivo se ha creído conveniente la realización de un proyecto para creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes, productos con bondades nutritivas y deliciosos sabores que encantan el paladar de todos quienes los degustan.

El presente proyecto se considera importante ya que su aplicación, permitirá atender necesidades básicas y solucionar problemas de la población, y por qué no de turistas nacionales y extranjeros que visitan el sector, brindando productos de calidad de acuerdo a sus exigencias.

### **Factibilidad**

Se considera factible siendo un proyecto que cuenta con el respaldo de la comunidad, autoridades pertinentes y sectores que puedan ser favorecidos con la ejecución del mismo. Además se considera que el negocio será rentable dando beneficios económicos a los inversionistas y al personal involucrado que laborará en la empresa.

### **Beneficiarios**

Los principales beneficiarios serán la empresa productora a través de sus propietarios, se tendrá la oportunidad de desarrollar un sueño, la población local, el sector turístico nacional e internacional, que degustarán de productos de calidad de acuerdo a sus expectativas alimenticias.

### **Interés y originalidad**

Además el presente proyecto es de mucho interés personal, de la comunidad, de turistas nacionales e internacionales ya que en el lugar no existe la presencia de alguna empresa que pueda brindar el servicio. Se considera un proyecto original, ya que hasta el momento nadie ha investigado sobre el tema permitiendo ser una gran oportunidad de desarrollo.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO**

##### **Historia**

La histórica memoria de La Paz nace en el año de 1819 donde el Fraile Mercedario Fray Agustín Valdospinos de la parroquia Tusa hoy San Gabriel, solicita al presidente de la Real Audiencia de Quito don Melchor Aymerich que este caserío fuese elevado a parroquia tomando el nombre de Píalarquer que significa Arco de Piedra o Tierra del Maíz. El 28 de Octubre se elevó a parroquia civil y le dieron el nombre de La Paz, un pueblo de leyendas y paisajes hermosos, hoy pertenece al cantón Montúfar, provincia del Carchi, en la región Sierra Norte del país.

La parroquia La Paz es una de las parroquias rurales del Cantón Montúfar, al igual que las parroquias Fernández Salvador, Piartal, Cristóbal Colón y Chitan de Navarrete y su única parroquia urbana y cabecera cantonal San Gabriel.

La parroquia La Paz cuenta con nueve comunidades como: Rumichaca, El Colorado, Pizán, Tuquer, Huaquer, Tesalia, Yail, Cucher, Sandial.

La Paz tiene una extensión de 115, 95 Km<sup>2</sup>, tiene una población aproximada de 3.432 habitantes, cuenta con un clima templado frío, permitiendo el desarrollo de actividades productivas muy variadas, la altura es de 2.732 metros sobre el nivel de mar.

Esta parroquia es considerada uno de los principales atractivos turísticos, posee innumerables destinos como: La gruta de La Paz en donde se

venera a la virgen de los Carchenses, considerado Relicario Nacional, los páramos de El Colorado, el Bosque del Padre Aragón, la Piedra de Athal y la Piedra del Sol, lugares llenos de magia, encanto, historia y capaz de deslumbrar a quienes los visiten.

La Paz sin duda tierra de hombres y mujeres trabajadoras, dedicados a diferentes actividades económicas como la agricultura, tejidos, bordados, y entre estos al oficio de la elaboración y cocción de pan tradicional, y de exquisitos productos de repostería.

### **Problema**

En la actualidad el quehacer económico se ha visto envuelto en un proceso de competitividad y mejora continua, llevando a las empresas a ser más eficientes en sus actividades productivas, el presente proyecto pretende dar respuesta a una problemática de consumo insatisfecha mediante la creación de una empresa especializada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes, a fin de satisfacer en alguna medida la demanda de consumo.

Debido a que nos encontramos en un país en vías de desarrollo, las empresas se ven obligadas a ofrecer sus mejores productos y servicios, permitiendo a los nuevos productores detectar y resolver las necesidades latentes del consumidor.

En vista de la inexistencia de panaderías, reposterías o empresas especializadas en la parroquia La Paz, y en un fan desesperado por rescatar los tradicionales bizcochuelos y rosquetes se cree que hay condiciones necesarias para llevar a cabo esta oportunidad de negocio, ya que se está perdiendo las raíces, costumbres y tradiciones de los pueblos, y se está adoptando nuevas formas de vida de otros lugares.



## **1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia La Paz, Provincia del Carchi, a fin de determinar la oportunidad de inversión para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales rosquetes y bizcochuelos mediante el análisis de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

### **Objetivos Específicos**

- Conocer los aspectos demográficos de la parroquia La Paz
- Determinar los aspectos socioeconómicos de parroquia La Paz
- Indagar la situación actual de la producción de bizcochuelos y rosquetes.
- Identificar los niveles de preparación del talento humano en la parroquia La Paz.

## **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Las variables sujetas a evaluación que facilitan el enfoque de este estudio se han determinado las siguientes:

- Aspectos demográficos
- Aspectos socioeconómicos
- Producción
- Talento Humano

## **1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Los componentes que permitirán conocer, analizar y determinar cada una de las variables, están dados por una serie de indicadores:

### **1.4.1. Aspectos Demográficos**

- División geográfica
- Población
- Extensión (Km<sup>2</sup>)
- Densidad Poblacional

### **1.4.2. Aspectos Socioeconómicos**

- Género
- Población Económicamente Activa
- Personas promedio por hogar
- Actividades productivas
- Tipo de comercio
- Sectores de la producción

### **1.4.3. Producción**

- Formas de producción
- Tipos de productos
- Tecnología
- Control de calidad
- Alternativas de producción

#### **1.4.4. Talento Humano**

- Nivel de Instrucción
- Asistencia a un establecimiento de enseñanza regular
- Establecimientos de enseñanza regular
- Índice de analfabetismo
- Promedio horas trabajadas

## 1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**Cuadro N° 01: Matriz de relación diagnóstica**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE	PÚBLICO
O.1. Conocer los aspectos demográficos de la parroquia La Paz	Aspectos Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• División Geográfica</li> <li>• Población</li> <li>• Extensión (Km2)</li> <li>• Densidad Poblacional</li> </ul>	Doc. Estadística	Secundaria	INEC
O.2. Determinar los aspectos socioeconómicos de la parroquia La Paz.	Aspectos socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Género</li> <li>• Población Económicamente Activa</li> <li>• Personas promedio por hogar</li> <li>• Actividades Productivas</li> <li>• Tipo de Comercio</li> <li>• Sectores de la producción</li> </ul>	Doc. Estadística	Secundaria	INEC
O.3. Indagar la situación actual de la producción de bizcochuelos y rosquetes.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formas de producción</li> <li>• Tipos de productos</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Control de calidad</li> <li>• Alternativas de producción</li> </ul>	Entrevista Opinión de Expertos	Primaria	Competencia
O.4. Identificar los niveles de preparación del talento humano en la parroquia La Paz.	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de Instrucción</li> <li>• Asistencia a un establecimiento de enseñanza regular</li> <li>• Tipos de establecimientos de enseñanza regular</li> <li>• Índice de analfabetismo</li> <li>• Promedio horas trabajadas</li> </ul>	Doc. Estadística	Primaria Secundaria	INEC

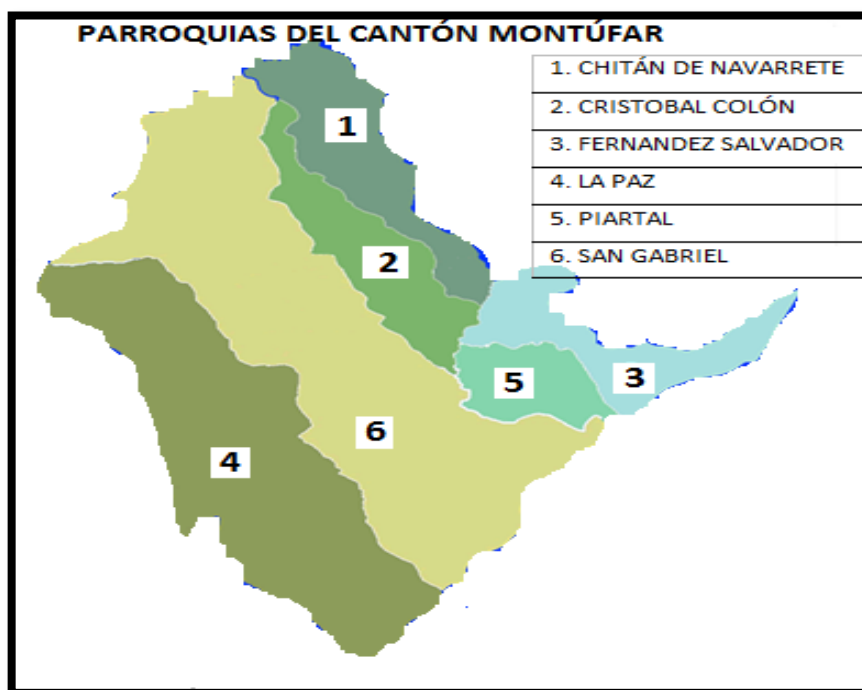
**Fuente:** Diagnóstico Situacional de la Parroquia La Paz

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

## ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

Gráfico N° 01 : División geográfica del cantón Montúfar



Fuente: INEC 2010  
 Elaborado: Por la autora  
 Año de investigación: 2013

Tabla N° 01: Población por parroquias del cantón Montúfar

CANTÓN	PARROQUIAS	ÁREA		TOTAL
		URBANO	RURAL	
MONTÚFAR	CHITÁN DE NAVARRETE	-	618	618
	CRISTÓBAL COLÓN	-	2.943	2.943
	FERNÁNDEZ SALVADOR	-	1.282	1.282
	LA PAZ	-	3.432	3.432
	PIARTAL	-	1.140	1.140
	SAN GABRIEL	14.487	6.609	21.096
	<b>TOTAL</b>	<b>14.487</b>	<b>16.024</b>	<b>30.511</b>

Fuente: INEC 2010  
 Elaborado: Por la autora  
 Año de investigación: 2013

**Tabla N° 02: Población, Superficie y Densidad Poblacional**

CANTÓN	PARROQUIA	POBLACIÓN	SUPERFICIE DE LA PARROQUIA (km2)	DENSIDAD POBLACIONAL
MONTÚFAR	SAN GABRIEL	21.096	152,32	138,50
	CRISTÓBAL COLÓN	2.943	31,56	93,25
	CHITÁN DE NAVARRETE	618	36,59	16,89
	FERNÁNDEZ SALVADOR	1.282	32,01	40,05
	LA PAZ	3.432	112,17	30,60
	PIARTAL	1.140	18,12	62,91

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

## ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

**Tabla N° 03: Población por Género**

CANTÓN	PARROQUIAS	SEXO		TOTAL
		HOMBRE	MUJER	
MONTÚFAR	CHITÁN DE NAVARRETE	313	305	618
	CRISTÓBAL COLÓN	1.449	1.494	2.943
	FERNÁNDEZ SALVADOR	663	619	1.282
	LA PAZ	1.665	1.767	3.432
	PIARTAL	586	554	1.140
	SAN GABRIEL	10.234	10.862	21.096
	<b>TOTAL</b>	<b>14.910</b>	<b>15.601</b>	<b>30.511</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

**Tabla N° 04: Población Económicamente Activa del cantón Montúfar**

CANTÓN	PARROQUIA	SEXO	PEA	PEI	TOTAL
MONTÚFAR	CHITÁN DE NAVARRETE	Hombre	172	89	261
		Mujer	61	178	239
		<b>Total</b>	<b>233</b>	<b>267</b>	<b>500</b>
	CRISTÓBAL COLÓN	Hombre	771	423	1.194
		Mujer	346	904	1.250
		<b>Total</b>	<b>1.117</b>	<b>1.327</b>	<b>2.444</b>
	FERNÁNDEZ SALVADOR	Hombre	361	143	504
		Mujer	158	332	490
		<b>Total</b>	<b>519</b>	<b>475</b>	<b>994</b>
	LA PAZ	Hombre	859	457	1.316
		Mujer	430	976	1.406
		<b>Total</b>	<b>1.289</b>	<b>1.433</b>	<b>2.722</b>
	PIARTAL	Hombre	353	127	480
		Mujer	96	355	451
		<b>Total</b>	<b>449</b>	<b>482</b>	<b>931</b>
	SAN GABRIEL	Hombre	5.592	2.596	8.188
		Mujer	3.343	5.511	8.854
		<b>Total</b>	<b>8.935</b>	<b>8.107</b>	<b>17.042</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>SEXO</b>	<b>PEA</b>	<b>PEI</b>	<b>TOTAL</b>
		Hombre	8.108	3.835	11.943
		Mujer	4.434	8.256	12.690
		<b>Total</b>	<b>12.542</b>	<b>12.091</b>	<b>24.633</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

**Tabla N° 05: Personas promedio por hogar**

PROMEDIO PERSONAS POR HOGAR	CASOS	PROMEDIO
Total y Promedio	937	3,66

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

**Tabla N° 06: Actividades productivas de la parroquia La Paz**

<b>RAMA DE ACTIVIDAD</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	785	66,47
Explotación de minas y canteras	6	0,51
Industrias manufactureras	97	8,21
Suministros de electricidad, gas y agua	1	0,08
Construcción	25	2,12
Comercio al por mayor y al por menor	49	4,15
Hoteles y restaurantes	18	1,52
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	49	4,15
Intermediación financiera	1	0,08
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	7	0,59
Administración pública y defensa	11	0,93
Enseñanza	35	2,96
Actividades de servicios sociales y de salud	11	0,93
Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios	16	1,35
Hogares privados con servicio domestico	20	1,69
No declarado	43	3,64
Trabajador nuevo	7	0,59
<b>Total</b>	<b>1.181</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

**Tabla N° 07: Tipo de Comercio en el Cantón Montúfar**

<b>ACTIVIDAD DE COMERCIO AL POR MAYOR O MENOR</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Al por Mayor	7	1,46
Al por Menor	474	98,54
<b>Total</b>	<b>481</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013



**Tabla N° 08: Sectores de la producción del Cantón Montúfar**

SECTORES	CASOS	%
Manufactura	97	11,6
Comercio	468	55,98
Servicios	268	32,06
Otros (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos Extraterritoriales)	3	0,36
<b>Total</b>	<b>836</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

## ASPECTOS DEL TALENTO HUMANO

**Tabla N° 09: Nivel de Instrucción de los habitantes de la parroquia La Paz**

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Casos	%
Ninguno	122	4,28
Alfabetización	15	0,53
Primario	1.688	59,27
Secundario	357	12,54
Educación Básica	394	13,83
Educación Media	40	1,4
Ciclo Post Bachillerato	19	0,67
Superior	69	2,42
Postgrado	1	0,04
Ignora	143	5,02
<b>Total</b>	<b>2.848</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

**Tabla N° 10: Asistencia a un establecimiento regular de los habitantes de la parroquia La Paz**

ASISTE ACTUALMENTE A UN ESTABLECIMIENTO DE ENSEÑANZA REGULAR	CASOS	%
Si	1.014	32,7
No	2.087	67,3
<b>Total</b>	<b>3.101</b>	<b>100.00</b>

Fuente: INEC 2010  
 Elaborado: Por la autora  
 Año de investigación: 2013

**Tabla N° 11: Tipo de establecimiento regular en la parroquia La Paz**

ESTABLECIMIENTO DE ENSEÑANZA REGULAR AL QUE ASISTE	CASOS	%
Fiscal (Estado)	901	88,86
Particular (Privado)	96	9,47
Fisco misional	15	1,48
Municipal	2	0,2
<b>Total</b>	<b>1.014</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC 2010  
 Elaborado: Por la autora  
 Año de investigación: 2013

**Tabla N° 12: Índice de analfabetismo en el Cantón Montúfar**

PARROQUIAS	INDICE DE ANALFABETISMO DATO OFICIAL
SAN GABRIEL	5,44
CRISTÓBAL COLÓN	7,44
CHITÁN DE NAVARRETE	8,01
FERNÁNDEZ SALVADOR	4,71
LA PAZ	5,83
PIARTAL	8,2

Fuente: INEC 2010  
 Elaborado: Por la autora  
 Año de investigación: 2013

**Tabla N° 13: Promedio horas trabajadas en la parroquia La Paz**

<b>PROMEDIO HORAS TRABAJADAS</b>	<b>CASOS</b>	<b>PROMEDIO</b>
Total y Promedio	1,217	33.13

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Por la autora

Año de investigación: 2013

## **1.6. MECÁNICA OPERATIVA**

### **1.6.1. DISEÑOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

El presente diagnóstico situacional se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, donde se ha utilizado las siguientes:

#### **a) Técnicas**

Las técnicas de investigación que se empleó en el desarrollo de la presente investigación son las siguientes:

- Entrevista

#### **b) Instrumentos**

Para la aplicación de las técnicas anteriormente mencionadas se empleó los siguientes instrumentos:

- Cuestionarios para la entrevista

### **1.6.2. Información Primaria**

Las técnicas de información primaria que se utilizó fue la entrevista, técnicas que fueron aplicadas en la parroquia La Paz, Cantón Montúfar y los instrumentos empleados fueron los cuestionarios prediseñados.

#### **a) Entrevista**

La técnica de la entrevista se realizó a profesionales expertos en los temas a investigar.

#### **b) Observación Directa**

Consistió en visitar directamente los lugares en estudio.

### **1.6.3. Información Secundaria**

La presente información se sustentó en libros, revistas, folletos, documentos e internet, información que aportó al correcto desarrollo de la investigación.

- a) Datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Población urbana y rural del cantón Montúfar, parroquia La Paz, tasa de crecimiento poblacional, etc.)
- b) Información proporcionada por el Ilustre Municipio del Cantón Montúfar de la provincia del Carchi, sobre las actividades comerciales del mismo.
- c) Web en línea

## **1.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

### **1.7.1.1. Entrevista aplicada a la Competencia**

#### **ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DE PANADERÍAS**

**NOMBRE:** Marlene Paspuel

**FECHA:** 27-05-2013

**EMPRESA:** La Delicia S.A. Ciudad de Bolívar

**CARGO:** Ex - Vendedora.

**OBJETIVO:** Esta entrevista tiene por objeto identificar como se encuentra operando la competencia actualmente.

#### **CUESTIONARIO:**

##### **1. ¿Cuáles son los servicios que ofrece su establecimiento?**

Actualmente el local ofrece los servicios de venta de bizcochuelos y rosquetes, ya que se ha considerado a estos productos como tradicionales del sector. Además el local también ofrece los servicios de heladería, ya que sirve como acompañante de los productos anteriormente citados.

##### **2. ¿Cuáles son las formas de producción que utiliza?**

No tengo mucho conocimiento en el tema por cuanto no estoy directamente involucrada en el área, pero la producción es realmente higiénica, con los instrumentos necesarios.

Produce diariamente para el consumo del mercado pero también trabaja bajo pedido si alguna persona, institución, organismo, lo requiera, para poder hacer el pedido debe realizarlo con por lo menos una semana antes si el volumen es realmente alto.

### **3. ¿Qué tecnología utiliza para la producción?**

Es importante indicar que en este tipo de productos la fuerza laboral es la más importante, por el sabor único de los productos, adicional en el local se utilizan utensilios apropiados para su preparación como:

- Horno Grande: este puede ser a gas o eléctrico nosotros utilizamos un horno a gas.
- Amasadora: Se utiliza para amasar los ingredientes y dar la textura adecuada.
- Carro Bandero: Se utiliza para la transportación de los productos dentro del local.
- Moldes: para darle figura a los bizcochuelos, en los rosquetes basta la habilidad del panadero.
- Bandejas: Para poder colocar los productos ya elaborados.
- Batidora: Para mezclar cosas pequeñas como los huevos.
- Mesón y Balanza: Importa la exactitud en el momento de la incorporación de materia prima e insumos y el lugar necesario para poder colocarlos.
- Otros Utensilios Necesarios: como cucharas, lavacaras, etc.

El personal encargado de la producción utiliza todos los materiales necesarios como gorro para el cabello, guantes, mandil, etc.

### **4. ¿En qué estado se encuentran las vías de acceso para llegar a su establecimiento?**

Las vías de acceso son realmente buenas, ya que como se puede observar el local se encuentra ubicado a la panamericana, la inversión

que ha hecho el presidente Rafael Correa ha mejorado sin duda la movilidad automotriz y por ende la afluencia de clientes a nuestro local.

**5. ¿En qué horario atiende su establecimiento?**

Nuestro horario de atención empieza desde las 8 de la mañana y termina a las 7 de la noche, una vez que ya hayamos terminado con el aseo y cierre de caja. Los horarios para el almuerzo los coordinamos conjuntamente con la propietaria del local.

**6. ¿Aproximadamente cuántos clientes visitan su local por día?**

El número a citarse con exactitud podría resultar complejo, pero existe una afluencia significativa de personas durante toda la semana, sin embargo cabe recalcar que durante los fines de semana existe más afluencia de personas.

**7. De los clientes que visitan el local ¿Cuánto aproximadamente se vende de bizcochuelos?**

Bueno tenemos que tener en cuenta que una funda de bizcochuelos contiene alrededor de 7 unidades con un costo de 3 dólares. Aproximadamente la venta de fundas de bizcochuelos durante la semana es de aproximadamente 50 fundas.

**8. De los clientes que visitan el local ¿Cuánto aproximadamente se vende de rosquetes?**

Bueno tenemos que tener en cuenta que una funda de rosquetes contiene alrededor de 7 unidades con un costo de 3 dólares, al igual que los bizcochuelos. Aproximadamente la venta de fundas de rosquetes es de 45 fundas, el producto más consumido es el bizcochuelo.

**9. ¿Cuáles son las mayores temporadas que los clientes visitan su local?**

Prácticamente como ya hemos expuesto sería los fines de semana, fechas especiales, feriados, ya que la mayoría de familias aprovecha para pasear y degustar de productos exquisitos.

**10. ¿Cómo considera Ud. Que son sus precios, con respecto a la competencia?**

En el sector no tenemos competencia, ya que estos productos son considerados propios de la zona, podemos sumarle a esto que la ubicación del sector es bastante buena, a la panamericana, entonces nuestro mercado es local y nacional.

**11. ¿Cuál es el costo del consumo aproximado por persona?**

Difícil pregunta, porque el consumo depende de los gustos de cada persona, pero yo podría afirmar que una persona puede consumir de 2 a 3 bizcochuelos y de rosquetes de uno a dos.

**12. ¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar su local?**

Tenemos buen tiempo en el mercado, lo que nos ha ayudado a consolidarnos en la mente de los consumidores, por lo que nuestro único medio de publicidad sería nuestro rótulo que identifica el nombre del local "LA DELICIA".

**13. ¿Cómo considera el rendimiento que genera el negocio?**

Considero que el rendimiento es bastante bueno, claro eso depende también de la calidad de los productos que por muchos años hemos ofertado en el mercado.



## **1.8. ANÁLISIS AOR**

### **1.8.1. Aliados**

- Convenios de comercialización con clientes y tiendas minoristas para la comercialización.
- Condiciones favorables para la producción permanente de rosquetes y bizcochuelos.
- Existencia adecuada de proveedores de materia prima, insumos nueva tecnología para la producción.
- Mano de Obra disponible para la producción de los rosquetes y bizcochuelos.

### **1.8.2. Oponentes**

- Competencia de productos sustitutos de panadería y repostería.
- Inexistencia de una organización de panaderos legalmente reconocida en la zona.
- Falta de cumplimiento de los proveedores de materia prima e insumos.

### **1.8.3. Oportunidades**

- Reducida existencia de negocios que oferten el producto en la zona.
- Mercado potencial local, regional y nacional.
- Apoyo del Gobierno Central con políticas a favor de la inversión.
- Ubicación geográfica de la parroquia favorable, ya que es un lugar turístico y gran afluencia de visitantes.

#### **1.8.4. Riesgos**

- Inestabilidad económica por cambio de presidente de la República.
- Inestabilidad de los precios e insumos.
- Consumo de productos sustitutivos.
- Incremento del número de competidores.

#### **1.9. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN**

En base al análisis AOOR obtenido de la información se establece que el principal problema es que no existe una empresa productora y comercializadora de bizcochuelos y rosquetes, siendo estos productos considerados en la zona tradicionales. Su desaparición ocasionaría la pérdida de las raíces de los pueblos.

Lo que se busca con la creación de esta empresa es ofrecer a la ciudadanía productos innovadores y de calidad, elaborados de forma higiénica y que cumpla con todos los requerimientos que implica una empresa de alimentos.

Con el estudio realizado al sector, se plantea la CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A AL PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS TRADICIONALES BIZCOCHUELOS Y ROSQUETES, EN LA PARROQUIA LA PAZ, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI; siendo promotores de nuevos emprendimientos y ejemplo de superación personal y para la comunidad en actividades alternativas.

## **CAPÍTULO II**

### **2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS**

Las bases teóricas y científicas es el conjunto de conceptos y teorías que se utilizan para formular y desarrollar el proceso de investigación, delimitando el área conceptual de la misma.

#### **2.3. LA EMPRESA**

##### **2.3.1. Concepto**

ZAPATA, Pedro (2011) expresa: “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una venta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general”.

ASENSIO DEL ARCO, Eva (2009) manifiesta: “La empresa desempeña un papel relevante en las economías de mercado actuales. Aunque su función básica es la de producir bienes y servicios”.

La empresa es una organización que mediante la utilización de los factores de la producción como tierra, trabajo y capital, está destinada a ofrecer bienes y/o servicios a la comunidad demandante con o sin fines lucrativos.

##### **2.3.2. Importancia de las empresas**

Hoy en día la empresa constituye uno de los principales motores de la sociedad moderna. Su existencia es de vital importancia siendo una unidad económica-social es generadora de empleo, satisface

necesidades a través de la producción de bienes o prestación de servicios de calidad, de acuerdo a las exigencias del bien común, para ello es indispensable que cuente con elementos humanos, técnicos y materiales. La empresa en el aspecto político constituye una carta de presentación de un país a otro, mejorando el intercambio de relaciones públicas y diplomáticas, el intercambio comercial de exportaciones e importaciones hoy que todo se desarrolla dentro de la globalización, permitiendo el progreso nacional y logrando formar parte de un mercado competitivo con una unidad empresarial de mayor expansión.

### **2.3.3. Elementos de la empresa**

Se consideran elementos de la empresa a todos aquellos factores tanto internos como externos, que influyen directa o indirectamente en su funcionamiento.

Los principales elementos de la empresa son:

- a)** El empresario: es la persona o conjunto de personas encargadas de gestionar, dirigir y tomar las mejores decisiones para la marcha de la empresa.
- b)** Los trabajadores: es el conjunto de personas que prestan su trabajo físico o intelectual, a cambio de una remuneración.
- c)** La Tecnología: está constituida por el conjunto de procesos productivos y técnicas necesarias para la fabricación del producto.
- d)** Los proveedores: son personas o empresas que proporcionan las materias primas, servicios, maquinaria, etc., para que la empresa pueda iniciar sus operaciones productivas.

- e) Los clientes: constituyen el conjunto de personas o empresas que demandan los bienes o servicios producidos.

#### **2.3.4. Características o fines de la empresa**

Las empresas comúnmente son estudiadas como una unidad que posee características diferentes unas de otras. Generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos:

- a) Poseen recursos: toda empresa desea producir bienes y servicios de calidad, para ello es necesario que cuente con los suficientes recursos humanos, tecnológicos, económicos, de capital, etc.
- b) Satisfacer una necesidad: las empresas buscan proveer a un sector de la población.
- c) El conjunto de factores de producción forma la empresa.
- d) Toda empresa persigue fines y objetivos, que justifican su existencia.
- e) La correcta coordinación de los factores de producción alcanzan los objetivos.
- f) El riesgo es un factor inherente a las empresas.
- g) Administración Independiente: por lo general cuando es dirigida y operada por el propio dueño o propietario
- h) El capital es aportado por las personas que conforman la sociedad.

### **2.3.5. Clasificación de las empresas**

#### **a) Según la actividad o giro**

- Industriales: Son aquellas empresas que transforman la materia prima en productos terminados.
- Comerciales: Compra y venta de productos terminados, intermediarias entre el productor y el consumidor.
- Servicio: Satisfacen las necesidades de la comunidad a través de la prestación de servicios

#### **b) Según la forma jurídica**

- Empresas Individuales: Pertenece a una sola persona, quien puede responder frente a terceros.
- Sociedades: Constituidas por dos o más personas.

#### **c) Según su dimensión**

No existe una unidad establecida de medida, sin embargo puede ser el número de trabajadores:

- Microempresa: Menos de 10 trabajadores
- Pequeña empresa: tienen menos de 50 trabajadores
- Mediana empresa: Tienen entre 50 y 250 trabajadores
- Grandes empresas: Tiene más de 250 trabajadores.

#### **d) Según la propiedad de la empresa**

- Pública: el capital pertenece a la administración pública. Normalmente persiguen fines sociales.

- Privada: El capital es de propiedad privada. Para sobrevivir tienen que obtener beneficios
- Mixta: Su capital es de propiedad privada y de propiedad pública.

## **2.4. ESTUDIO DE MERCADO**

KOTLER, Philip (2008) expresa: “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”.

NASSIR, S. Chain define: “El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”.

El estudio de mercado constituye una herramienta que permite recopilar información del mercado como la oferta, demanda, precio, publicidad, promoción, producto, etc.

### **2.4.1. LA OFERTA**

LAMB Charles, HAIR Joshep, MCDADIEL Carl (2011) expresan: “La oferta es la cantidad de un producto que ofrecerán al mercado un proveedor o varios proveedores a diversos precios por un periodo específico”.

La oferta es la cantidad de un bien o servicio que el vendedor pone a la venta.

## **2.4.2. LA DEMANDA**

LAMB Charles, HAIR Joshep, MCDADIEL Carl (2011) expresan: “La demanda es la cantidad de un producto que se venderá en el mercado a diversos precios durante un periodo específico”.

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que las personas desean adquirir con el propósito de satisfacer necesidades y deseos.

## **2.4.3. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA**

### **2.4.3.1. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN**

CERDA, Hugo (2009) expresa: “El Marketing tiene como objeto principal favorecer el intercambio entre dos partes, de modo que ambas resulten beneficiadas.”

El Marketing es una herramienta utilizada por una organización, con la finalidad de permitir el desplazamiento adecuado de productos y servicios a los consumidores.

Toda empresa debe desarrollar un plan de mercadotecnia con la finalidad de que sus bienes y/o servicios puedan ser adquiridos por la comunidad demandante, buscando las mejores alternativas para que los consumidores puedan satisfacer sus deseos en el menor tiempo posible, a los mejores costos.

Los factores que influyen en la demanda son:

- a) Producto
- b) Precio
- c) Publicidad



- d) Promoción
- e) Plaza

#### **2.4.4. EL PRODUCTO**

PHILIP, Kotler (2008) manifiesta: “Producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para, recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido y que puede satisfacer una necesidad o un deseo”.

El producto es un bien o servicio que anteriormente tuvo que pasar por un proceso de transformación, sea materia prima o conocimiento, para posteriormente ser ofrecido en el mercado por un oferente a un precio determinado con el propósito de satisfacer las necesidades, deseos y demandas de un consumidor.

Al producto se le considera como el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización, sea de servicios, producción o comercialización. La empresa entrega un producto al mercado para satisfacer sus necesidades y deseos, con el fin de lograr los objetivos que persigue.

##### **a) Clasificación de los Productos**

Se clasifica en bienes duraderos, bienes no duraderos y servicios.

###### **➤ Bienes no duraderos**

Son bienes tangibles que se consumen normalmente en una o dos veces que se usen. Ejemplo: El jabón, cerveza, etc.

###### **➤ Bienes duraderos**

Bienes tangibles que suelen vivir varios usos. Ejemplo: ropa, herramientas, etc.

➤ **Servicios**

Actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrece a la venta.

**b) Factores que influyen en la planeación de un producto**

Los factores son consideraciones que los planificadores deben tomar en cuenta. He aquí algunos de ellos:

- **Moda:** Es evidente la necesidad de cualquier negocio de mantenerse actualizado con la moda, constituyéndose como un mecanismo de decisión de las personas.
- **Competencia:** Cada empresa debe estar pendiente de los movimientos de la competencia, con la finalidad de mejorar sus estrategias.
- **Mejorar la tecnología:** El adelanto de nuevas tecnologías permitirá el desarrollo más rápido de las empresa, mejorará sus productos y por ende su calidad.
- **Demanda de los consumidores:** Los consumidores pueden ser considerados el factor más importantes ya que son ellos quienes demandarán el producto.
- **Costos de producción:** Realizar una correcta valoración de los costos, con la finalidad de establecer el precio de venta adecuado al consumidor, donde la empresa pueda obtener resultados favorables.

### **c) Causas del éxito o fracaso de un producto**

- Análisis inadecuado del mercado
- Defectos del producto
- Falta de esfuerzo de mercadotecnia
- Costo más elevado que el proyecto
- Reacción de la competencia
- Mal momento de introducir el producto
- Problemas técnicos o de producción

### **2.4.5. PRODUCCIÓN**

LOPEZ, Carlos (2012) expresa: “La producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado consecuencia de la transformación de los recursos en productos finales”.

EDITORIAL MCGRAW – HILL (2008), expresa: “Producción es el proceso mediante el cual determinados elementos materiales, trabajo de maquinaria, trabajo de personas o conocimiento, se transforman en productos de consumo, bienes de equipo, servicios, transporte y hotelería”.

Producción es el proceso por el cual se transforman los recursos en bienes elaborados, utilizando los factores humanos, materiales, tecnológicos, maquinaria, etc.

### **a) Importancia de la Producción**

Hoy en día que el mundo se encuentra globalizado, un país, su gente debe ser competitiva, y buscar la forma de producción eficiente de bienes

y servicios, que puedan satisfacer a la sociedad. Todo proceso productivo debe ser llevado con responsabilidad, a fin de optimizar tiempo, recursos, dinero.

## **b) Tipos de Producción**

### **Producción bajo pedido**

- En este tipo de producción se realiza por familias, no por unidades.
- Los ciclos de fabricación son cortos, es decir por temporadas.

### **Producción intermitente**

- Se fabrica una gama más o menos amplia de productos en cantidades relativamente cortas.
- El grado de especialización de la mano de obra suele ser de alto nivel.

### **Producción continúa.**

- El equipo para la producción suele ser muy especializado.
- La distribución en planta se realiza de forma funcional.

### **Producción de proceso**

- Maneja materiales en pequeñas cantidades.
- Transforma las materias primas por procedimientos mecánicos.

## **2.4.6. PRODUCTO**

LAMB, Charles W.; HAIR, Joseph F. (2011) definen: “Un producto se puede definir como todo aquello, propicio o adverso, que una persona recibe en un intercambio.”

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, es el resultado de un proceso.

#### **2.4.7. PRECIO**

LAMB Charles, HAIR Joshep, MCDADIEL Carl (2011) expresan: “El precio es lo que se da en un intercambio para adquirir un producto o servicio”.

El precio es una parte importante dentro de la comercialización de un producto, su asignación debe ser analizada cuidadosamente por el personal de la organización, ya que para el consumidor este elemento es vital al momento de elegir un producto.

El precio también es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles; se puede modificar rápidamente.

Para poder asignar el precio a un producto se deben tener en cuenta los factores como los costos de producción, tanto directos como indirectos, sin embargo hay que tener en cuenta que la imagen que tiene el cliente frente al precio de un producto es si realmente vale la pena o no pagar una cantidad de dinero por el bien o servicio.

##### **a) Políticas del precio**

Las políticas del precio se determinan por las siguientes condiciones:

- Por la influencia del consumidor
- Por los costos de producción
- Por los precios de la competencia
- Por las estrategias de venta

#### **2.4.8. PUBLICIDAD**

Naty Kot, (2007), manifiesta: “La Publicidad es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización ofrece”.

La publicidad es un factor importante que tiene la característica de influir directamente en el consumidor para que tome la decisión de compra a través de un mensaje transmitido por un medio de comunicación.

La publicidad es considerada como una de las más importantes herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción; que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

Se refiere a la transmisión del mensaje a través de los medios de comunicación, pero exclusivamente de índole personal.

##### **a) Tipos de publicidad**

- Publicidad en redes sociales
- Rótulo del negocio
- Mensajes
- Propaganda
- Hojas volantes, etc.

## **b) Factores de la Publicidad**

### **Internos**

- Recursos
- Objetivos
- Estrategias
- Propagandas de publicidad
- Ciclo de vida de una campaña publicitaria

### **Externos**

- Políticos
- Económicos
- Demográficos
- Tecnológicos
- Culturales, etc.

## **2.4.9. PROMOCIÓN**

DÁVALOS, Lorenzo (2004) expresa: “La promoción es una herramienta de mercadotecnia cuyo objetivo principal es el de generar un mayor volumen de ventas para las empresas y productos.”

Promoción es una herramienta utilizada por la organización con el propósito de generar un mayor volumen de ventas de un producto o servicio, a través de estrategias que impresionen la conducta del consumidor.

#### **a) Factores de promoción que influyen en la compra**

- Ofertas
- Valor agregado de un producto
- Crédito: facilidades de pago a los grandes consumidores
- Regalos
- Descuentos
- Ferias de exposición

La promoción se considera como el conjunto de técnicas integradas en el plan de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados.

#### **2.4.10. PLAZA**

VASQUEZ, Karen, (2012) dice: “La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se ofrecerán o venderán nuestros productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia dichos lugares o puntos de venta”.

La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán los productos, permitiendo que los consumidores los puedan tener a su alcance.

En la plaza también se considera otros puntos importantes como la forma de entrega, la ubicación, a fin de que los bizcochuelos y rosquetes puedan ser degustados por los consumidores, determinando la forma en que los productos sean trasladados hacia esos lugares.



Los productos y servicios deben estar en almacenamiento en el momento justo y necesario, lugar y tiempo para satisfacer las demandas del consumidor. Los canales de distribución lo constituyen un grupo de intermediarios relacionados entre sí para llegar al consumidor.

## **2.5. ESTUDIO TÉCNICO**

El objetivo general del estudio técnico es demostrar si el proyecto es factible técnicamente, justificando desde el punto de vista económico la mejor alternativa en cuanto al tamaño, localización, etc.

### **2.5.1. PROYECTO**

ORTEGA, Alfonso (2010) expone: “Un proyecto es el conjunto de actividades independientes orientadas al logro de un objetivo específico en un tiempo determinado y que implica la asignación de recursos de inversión”.

Un proyecto es el conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas para alcanzar objetivos específicos, además es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados mediante la solución de problemas aprovechando oportunidades de negocio.

### **2.5.2. INVERSIÓN**

ORTEGA, Alfonso (2010) define: “La inversión es el conjunto de recursos que se emplean para producir algo, que pueden generar utilidad”.

Comprende el monto destinado para el funcionamiento o puesta en marcha de la empresa, es decir, la adquisición de activos fijos, tangibles, intangibles, diferidos con los que debe contar la organización.

### **2.5.3. INVERSIONES TEMPORALES**

ORTEGA, Alfonso (2010) afirma: “Generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito, bonos de tesorería y documentos negociables), valores negociables de deuda (bonos de gobierno y de compañías) y valores negociables de capital (acciones preferentes y comunes), adquiridos con efectivo y que no se necesita de inmediato para las operaciones”.

### **2.5.4. INVERSIONES A LARGO PLAZO**

ORTEGA, Alfonso (2010) indica: “Son colocaciones de dinero en las cuales una empresa o entidad decide mantenerlas por un periodo mayor a un año o al ciclo de operaciones, contando a partir de la fecha de presentación del balance general”.

### **2.5.5. PROYECTOS DE INVERSIÓN**

MEZA O., Jhony (2010) expresa: “Un plan, al que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”.

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos, económicos,

entre otros; impulsando la productividad y el mejoramiento de la calidad de vida de los beneficiarios.

### **2.5.6. CLASIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS**

La clasificación de los proyectos según Flores Juan, (2010).

#### **➤ PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICOS Y PRIVADOS**

Son aquellos cuyo origen provienen del sector público o privado

#### **➤ PROYECTOS DE FUSIÓN**

Una fusión consiste en el acuerdo de dos o más sociedades jurídicamente independientes, por el que se comprometen a unir sus patrimonios y formar una nueva sociedad.

#### **➤ PROYECTOS DE ESCISIÓN**

Una escisión es una división o participación de una empresa con el fin de crear una nueva. La compañía principal cede y se desprende de algunos de sus activos y pasivos para formar una nueva compañía o capitalizar y hacer crecer una existente.

#### **➤ PROYECTOS DE DESINVERSIÓN**

Las desinversiones buscan solucionar el problema de aquellas adquisiciones llevadas a cabo con anterioridad, que no cumplen con las expectativas, o bien sobrepasan el propósito estratégico original.

## **2.5.7. CICLO DE LOS PROYECTOS**

MEZA O., Jhony (2010) expresa: “El estudio de proyectos se lleva a cabo en una sucesión de etapas, en cada una de las cuales se reduce el grado de riesgo o incertidumbre”.

### **2.5.7.1. LA IDEA**

MEZA O., Jhony (2010) expresa: “Identifica los problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse”.

### **2.5.7.2. PREINVERSIÓN**

#### **➤ Perfil**

MEZA O., Jhony (2010) manifiesta: “Se realiza a partir de la información existente de origen secundario o bibliográfico relacionada con el proyecto”.

#### **➤ Prefactibilidad o anteproyecto**

MEZA O., Jhony (2010) dice: “Profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias lo que significa que además de la información obtenida a través de fuentes bibliográficas es menester hacer investigaciones de campo”.

#### **➤ Factibilidad o proyecto definitivo**

MEZA O., Jhony (2010) expresa: “Las investigaciones realizadas son de mayor profundidad, en las cuales ya se definen estrategias para la materialización del proyecto”.

### **2.5.7.3. INVERSIÓN**

MEZA O., Jhony (2010) dice: “Materializa las acciones, que dan la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio.”

### **2.5.7.4. OPERACIÓN**

MEZA O., Jhony (2010) manifiesta: “La operación de un proyecto es la concreción de un plan de hechos reales, mediante la movilización de recursos humanos, financieros y logísticos que se expresan en salidas de dinero como los costos de producción, administrativos, de ventas y financieros, y en ingresos por la venta del bien o servicio”.

### **2.5.8. TAMAÑO DEL PROYECTO**

ARAUJO, David (2012) dice: “Se define por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerando normal para las condiciones y tipos de proyectos en cuestión”.

El tamaño del proyecto incide en el nivel de satisfacción tanto para los inversionistas como para la colectividad.

### **2.5.9. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización de un proyecto consiste en encontrar la ubicación más óptima y ventajosa; es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento del

proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

La localización del proyecto debe realizarse mediante estudios responsables y lo más reales posibles.

#### **2.5.10. MACRO LOCALIZACIÓN**

CORDOVA, Marcial (2011) expresa: “Tienen en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y la infraestructura existente.”

Macro localización es la zona general en donde se instalará el proyecto, también llamada macro zona, es el lugar de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como: Mano de obra, materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida, leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, condiciones, sociales y culturales, en fin.

#### **2.5.11. MICRO LOCALIZACIÓN**

CORDOVA, Marcial (2011) Define: “La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con el plano del proyecto el sitio donde se opera.”

La Micro localización consiste en elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa.

Es el estudio de elegir el lugar exacto en algún sector, para la instalación de la planta industrial, siendo este sitio el que colaborará para lograr la más alta rentabilidad, reduciendo costos.

#### **2.5.12. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

ARAUJO, David (2012) dice: “Se define como una propuesta técnica de solución a ciertas necesidades individuales o colectivas, privadas o sociales”.

Se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con la participación técnica de un profesional en el área de la arquitectura o construcciones, quién aportará información que permita la evaluación técnica y económica del proyecto, ayudará también en las actividades de estudio, instalación y puesta en marcha del proyecto.

#### **2.5.13. TECNOLOGÍA**

Se compone no solamente del equipo o maquinaria de punta que se emplea en el proceso de fabricación para obtener un producto sino también la relación que existe con el técnico especializado en el manejo.

El proceso tecnológico influye en el proceso social y económico, orientado directamente a satisfacer las necesidades y deseos de un mundo consumista, sin embargo su uso debe ser analizado con responsabilidad a fin de no dañar el medio ambiente.

## **2.6. ESTUDIO FINANCIERO**

### **2.6.1. PRESUPUESTOS**

ARAUJO, David (2012) manifiesta: “Son planes formales escritos en términos monetarios que determinan la trayectoria cuantitativa y cualitativa futura de los diversos renglones operativos o administrativos del proyecto, como pueden ser las ventas, los costos de producción, los gastos de administración y de ventas, los costos financieros y demás conceptos cuantificables derivados del proyecto”.

Es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado, en otras palabras, la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos, de tal forma que se logren los objetivos planteados por la administración.

### **2.6.2. INGRESOS**

BRAVO, Mercedes (2011) manifiesta: “La definición de ingresos incluye tanto a ingresos de actividades ordinarias como a las ganancias”.

Los ingresos de actividades ordinarias: surgen en el curso de las actividades ordinarias de una entidad y adoptan una gran variedad de nombres, tales como: ventas, comisiones, intereses, dividendos, regalías y alquileres.

Ganancias: son otras partidas que satisfacen la definición de ingresos, pero no son ingresos de actividades ordinarias.



### **2.6.3. GASTOS**

SARMIENTO, Rubén (2010) expresa: “El gasto está relacionado directamente con los departamentos de administración, ventas, y con los servicios financieros, en consecuencia es un valor no recuperable ni inventariable”.

Un gasto es una salida de dinero que una persona o empresa paga por un producto terminado o por la fabricación de un producto en proceso.

### **2.6.4. GANANCIAS**

BRAVO, Mercedes (2011) manifiesta: “Denominadas también Rentas, Ingresos, Utilidades, Réditos, etc. es todo lo que toda actividad económica persigue, procuran el enriquecimiento y desarrollo de la empresa, incrementan el patrimonio y permiten que se cumpla uno de los objetivos de la inversión privada que es el de obtener utilidades”.

La ganancia es la utilidad, provecho o beneficio obtenido por una empresa en el ejercicio de sus operaciones. Es realmente el objetivo primordial de los inversionistas.

### **2.6.5. COSTO**

BRAVO, Mercedes (2011) manifiesta: “El costo constituye una inversión, es recuperable, trae consigo ganancia, es un concepto que tiene vigencia en la empresa industrial (costo de materia prima, costo de mano de obra, etc.)”.

El costo es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable.

#### **2.6.6. MATERIA PRIMA DIRECTA**

SARMIENTO, Rubén (2010) expresa: “La materia prima directa es considerada como elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo este en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado”.

La materia prima es elemento susceptible de transformación, son aquellos materiales que influyen directamente en la fabricación. Su principal característica, es la de fácil identificación en: cantidad, peso, volumen, etc. y por ende en su valoración, tienen la particularidad de ser medibles. La materia prima directa es nítidamente variable.

#### **2.6.7. MANO DE OBRA DIRECTA**

SARMIENTO, Rubén (2010) define: “Es la fuerza de trabajo o trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en las máquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede determinar fácilmente en dicho producto”.

Es el esfuerzo humano indispensable para transformar la materia prima en productos terminados directamente para el consumo; el personal de una empresa constituye una de las claves para lograr el éxito de la misma.

### **2.6.8. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

SARMIENTO, Rubén (2010) dice: “Son todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron calificados ni como Materia Prima Directa, ni Mano de Obra Directa”.

Los costos indirectos de fabricación son aquellos que no tienen una relación directa con el producto o servicio, pero son consumidos en el proceso de producción, no se pueden localizar en forma precisa en una unidad producida. Su uso es indispensable para la producción final de los productos.

Los costos indirectos se dividen en tres clases:

1. Materia prima indirecta
2. Mano de obra indirecta
3. Otros gastos de fabricación indirectos

### **2.6.9. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN**

SARMIENTO, Rubén (2010) expresa: “Conocidos como Gastos de Administración, son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: Arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficina, útiles de oficina, sueldos y beneficios sociales de administración, beneficios patronales, etc.”.

Los costos de administración permiten el desarrollo de las normales actividades del departamento administrativo de cualquier entidad.

#### **2.6.10. COSTOS DE VENTAS**

SARMIENTO, Rubén (2010) define: “Conocidos como Gastos de Ventas, son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: Arriendo del departamento de ventas, agua, luz, teléfono, fax del departamento de ventas, sueldos y beneficios sociales de ventas, aporte patronal, gasto de viaje y movilización de vendedores, comisiones en ventas, publicidad y propaganda, etc.”.

Los costos de ventas son todos aquellos incurridos por la empresa con la finalidad de lograr transmitir al cliente el producto terminado, además aquí se incluyen todos aquellos rubros incurridos con el personal de ventas.

#### **2.6.11. COSTOS FIJOS**

SARMIENTO, Rubén (2010) dice: “Son los costos constantes, inalterables; que no varían independientemente del volumen de producción, siempre habrá que incurrir en estos costos, por ejemplo: sueldos de administración, arriendos, depreciaciones, amortizaciones, etc.”.

Conjunto de recursos que permanecen constantes dentro de un determinado rango productivo, pueden soportar volúmenes diferentes de producción.

#### **2.6.12. COSTOS VARIABLES**

SARMIENTO, Rubén (2010) manifiesta: “Son todos los costos que cambian de acuerdo al volumen de producción, mayor será el costo variable y viceversa; y, si no hay producción no habrá estos costos, por

ejemplo: compra y utilización de materiales, utilización de mano de obra directa”.

Es la fracción de los requerimientos necesarios para la producción que varía directamente en función de su volumen, mayor producción mayores costos variables, menor producción menores costos variables.

#### **2.6.13. COSTOS SEMIVARIABLES**

SARMIENTO, Rubén (2010) expresa: “Son los compuestos por una parte fija y otra variable, por ejemplo: energía eléctrica, teléfono”.

#### **2.6.14. LA CONTABILIDAD**

BRAVO, Mercedes (2011) manifiesta: “Es la ciencia, el arte y la técnica, que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realiza en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o ejercicio contable”.

La contabilidad es un campo especializado que mide las actividades de un negocio, las procesa y posteriormente las convierte en informes, en donde se muestran todas las cuentas de manera cronológica y ordenada y donde la gerencia puede tomar las mejores decisiones.

#### **2.6.15. CONTABILIDAD DE COSTOS**

SARMIENTO, Rubén (2010) señala: “La Contabilidad de Costos, es una rama especializada de la Contabilidad General, con procedimientos y

principios contables aplicados a la producción para llegar a determinar el costo de un artículo terminado”.

La contabilidad de costos es una técnica de registro de hechos económicos vinculados con los costos, que tiene un objetivo muy bien definido, este no es otro que servir de base para identificar claramente el costo unitario de un bien o servicio, además la contabilidad de costos separa los costos de producción, administración, ventas, financiamiento a fin de asignar correctamente el precio a un producto terminado.

#### **2.6.16. SISTEMA DE COSTOS**

El sistema de costos, constituye una serie de normas, principios y procedimientos contables; dependiendo de las características de producción y de lo que se produzca en la empresa industrial para optar por un sistema de costos.

#### **2.6.17. SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN**

SARMIENTO, Rubén (2010) menciona: “Se aplica generalmente en empresas donde elaboran artículos homogéneos como la fabricación de muebles, imprentas, calzado, etc.; y que se puede identificar con facilidad, mediante unidades o lotes de producción, solicitados a través de órdenes de producción específicas”.

#### **2.6.18. SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS**

SARMIENTO, Rubén (2010) señala: “Se aplica generalmente en empresas donde el proceso de producción es continuo, en serie, en gran

escala; para artículos similares y en varios procesos, entendiéndose como proceso los pasos que debe seguir o las diferentes etapas que debe seguir o las diferentes etapas que necesariamente deben cumplirse hasta la obtención de un artículo”.

#### **2.6.19. ACTIVO**

BRAVO, Mercedes (2011) manifiesta: “Son todos los valores, bienes y derechos de la empresa”.

Los activos son todos los bienes, valores y derechos que tiene una empresa, y son destinados para producir posteriormente una rentabilidad.

#### **2.6.20. PASIVO**

BRAVO, Mercedes (2011) manifiesta: “Son todas las obligaciones o deudas de la empresa con terceras personas o los derechos de terceras personas sobre la propiedad o activo de la empresa”.

Los pasivos de una empresa constituyen todas las obligaciones de una empresa, un pasivo tiene la función de cumplir con terceras persona.

#### **2.6.21. PATRIMONIO**

BRAVO, Mercedes (2011) manifiesta: “Es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa”.

El patrimonio contable de una empresa procede de la diferencia entre activos y pasivos.

## **2.6.22. ESTADOS FINANCIEROS**

ZAPATA, Pedro (2011) expresa: “Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Los estados financieros son reportes de las operaciones de una empresa, su presentación se la realiza en una determinada fecha, es decir, al finalizar un periodo contable, con el propósito de emitir información a la administración para la toma de decisiones.

### **2.6.18.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

ZAPATA, Pedro (2011) manifiesta: “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”.

El Estado de Situación Financiera presenta la información en una determinada fecha, mostrando los movimientos en activos, pasivos y patrimonio.

### **2.6.18.2. ESTADO DE RESULTADOS**

ZAPATA, Pedro (2011) dice: “Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado que es el



producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos”.

El Estado de Resultados también es conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, nos indica los movimientos económicos de la empresa durante un lapso de tiempo, dichos resultados pueden ser negativos o positivos.

### **2.6.18.3. ESTADO DE FLUJO DEL EFECTIVO**

ZAPATA, Pedro (2011) opina: “Es el informe principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo de tiempo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”.

El flujo de caja es un resumen financiero del efectivo y sus movimientos en una fecha determinada, para determinar su liquidez actual y futura.

## **2.7. INDICADORES DE EVALUACIÓN**

### **2.7.1. VALOR PRESENTE NETO (VPN)**

MEZA O., Jhonny (2010) expresa: “El valor presente neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente neto de los ingresos con el valor presente neto de los egresos. En términos concretos, el valor presente neto es la diferencia de los ingresos y los egresos en pesos de la misma fecha”.

El Valor Presente Neto es el indicador más usado por los evaluadores financieros, puesto que si el VPN da como resultado un número positivo, indica que la ejecución del proyecto es factible mostrando rentabilidad.

### **2.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

MEZA O., Jhonny (2010) opina: “La TIR es la tasa de interés que hace el  $VPN = 0$ , o también, la tasa de interés que iguala el valor de los flujos descontados con la inversión”.

La tasa interna de retorno presenta la máxima tasa de interés que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado para financiar la totalidad del proyecto sin perder un solo centavo.

### **2.7.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

SAPANG, Nassir (2011) manifiesta: “El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recuperará la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado”.

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que muestra en qué tiempo exactamente los inversionistas recuperarán el monto que ha involucrado en la ejecución del proyecto, este indicador ayuda a persuadir para que el proyecto pueda o no realizarse rápidamente.

El periodo de recuperación será en un tiempo inferior a la proyección total del tiempo del proyecto, así entonces será factible.

## **2.8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas. De igual manera ayuda a determinar las obligación, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos, con la organización estructural de una empresa establecida en un proyecto.

### **2.8.1. ORGANIZACIÓN**

JONES R. Gareth. (2008) Define: “Una organización es una herramienta que utilizan las personas para coordinar sus acciones con el fin de obtener algo que desean o valoran, es decir lograr sus metas. Las personas que valoran la seguridad crean una organización que puede llamarse fuerza policiaca, ejército o banco. Una organización es la respuesta a alguna necesidad humana y el medio de satisfacerla.”

Organización es una estructura donde se coordinan los recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales a fin de hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para la consecución de un fin concreto. Una correcta organización permite especificar las responsabilidades, deberes y obligaciones de los puestos de trabajo y crear condiciones favorables para que las personas alcancen éxito.

### **2.8.2. MISIÓN**

PALACIOS, Luis (2012) manifiesta: “La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía las actividades de la empresa; la misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo”.

La misión consiste en definir el objetivo central de la existencia de una empresa, la misión es dinámica considerando tácitamente la razón de ser de la empresa y porqué fue creada.

### **2.8.3. VISIÓN**

PALACIOS, Luis (2012) expresa: “Es la declaración amplia y suficiente de a dónde quiere que su empresa o negocio esté dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que mueva la pertenencia de todos los miembros de la organización o negocio”.

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a corto o largo plazo a seguir para pasar de lo que es a lo que quiere ser en los próximos años dentro de un periodo determinado.

### **2.8.4. PRINCIPIOS Y VALORES**

PALACIOS, Luis (2012) dice: son las creencias y valores que guían o inspiran la vida de una organización o negocio. Definen lo importante para una empresa. Guían el actuar de las personas y la sociedad y demanda liderazgo”.

Un principio es una ley o regla que se cumple o debe seguirse con el fin de lograr cierto propósito. Los principios son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento y conducta de los individuos en la vida cotidiana y profesional.

Los valores son creencias fundamentales que determinan el comportamiento de los individuos ante la sociedad. Los valores son las características morales que la humanidad ha establecido para crear excelentes relaciones sociales.

#### **2.8.5. POLÍTICAS**

PALACIOS, Luis (2012) opina: “Las políticas sirven para guiar las acciones y decisiones requeridas para lograr los objetivos. Las políticas establecen las condiciones de contorno para que las acciones y decisiones se encausen por un camino concreto en busca de los objetivos. Las políticas permiten a la dirección operar sin su constante intervención y una vez establecidas, permiten a otros trabajar con un sistema sin solicitar decisiones o consejos de sus superiores”.

Las políticas son la guía para hacer viable los objetivos propuestos, las políticas deben ser realizables y alcanzables para lograr el desarrollo de la organización mediante una orientación precisa y efectiva.

#### **2.8.6. OBJETIVOS**

PALACIOS, Luis (2012) expone: “Son la base para determinar qué actividades se deben ejecutar, con qué criterios se debe evaluar y qué tan bien se ha ejecutado”.

Establecer objetivos dentro de una organización es esencial para lograr el éxito empresarial, un objetivo es algo que importa lo suficiente a la organización como para unir esfuerzos y alcanzarlo, es el resultado que la empresa pretende alcanzar o hacia donde pretende llegar.

#### **2.8.7. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL**

El Organigrama Estructural es la orientación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran; una correcta estructura organizacional marca la distribución del trabajo y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.

#### **2.8.8. ESTRUCTURA LINEAL Y STAFF**

La estructura línea-staff es el resultado de aquella combinación Lineal (con relaciones de autoridad directa) y de Staff (con relaciones de consulta y asesoramiento) formando la llamada organización jerárquica-consultiva.

El área de línea tiene autoridad para ejecutar y decidir los asuntos principales de la organización. La actividad del área de staff consiste en pensar, planear, sugerir, recomendar, asesorar y prestar servicios especializados.

#### **2.8.9. ORGÁNICO FUNCIONAL**

El Orgánico Funcional es una especificación de las tareas y requisitos necesarios a cada uno de los cargos y unidades administrativas que

forman parte de la estructura orgánica, la adecuada aplicación de las mismas permitirán la eficiencia en todas las operaciones de la organización.

## **2.9. IMPACTOS**

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos.

Los impactos objeto de estudio en la presente investigación son:

- Impacto económico
- Impacto social
- Impacto ambiental
- Empresarial - comercial
- Educativo - cultural
- Impacto educativo y empresarial

## **2.10. TRADICIONAL**

### **2.10.1. CONCEPTO**

QUIÑONES, Mandy (2009) expresa: "Tradición proviene del latín traditio, y éste a su vez de tradere, "entregar". Es tradición todo aquello que una generación hereda de las anteriores y, por estimarlo valioso, lega a las siguientes. Se considera tradicionales a los valores, creencias, costumbres y formas de expresión artística característicos de una comunidad, en especial a aquéllos que se transmiten por vía oral. Lo

tradicional coincide así, en gran medida, con el folclore o "sabiduría popular".

Tradición es el valor de mantener costumbres, culturas, hábitos, etc. de generaciones anteriores y mantenerlas vivas en las generaciones actuales. Conservar las raíces de los pueblos en cualquier aspecto social, religioso, político, cultural, etc. Es mantener viva la historia de un pueblo que ha sido escrita desde muchos años atrás.

Hoy en día en vista de que la sociedad se encuentra envuelta dentro del mundo de la globalización, que ha permitido que las personas adopten acciones, costumbres de otros lugares, es importante concienciar del valor profundo de conservar lo propio, ya que son esos los rasgos que caracterizan a los pueblos.

En vista de la inexistencia de panaderías y empresas especializadas en la parroquia La Paz, y en un afán desesperado por rescatar los tradicionales bizcochuelos y rosquetes se cree que hay condiciones necesarias para llevar a cabo esta oportunidad de negocio, ya que hoy en día se está perdiendo las raíces, costumbres y tradiciones de los pueblos, y se está adoptando nuevas formas de vida de otros lugares.

La motivación de hombres y mujeres por actividades económicas como la elaboración y comercialización de productos elaborados a base de cereales, hace que considere a esta rama, como una oportunidad de desarrollo de los pueblos.

La creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes, productos con bondades nutritivas y deliciosos sabores que encantan el paladar de todos quienes lo degustan.



## **2.11. BIZCOCHUELO**

### **2.11.1. CONCEPTO**

Bizcochuelo se le llama al batido clásico de huevos enteros. El genoise o genové francés.

Esta palabra proviene de la palabra biscuit que quiere decir dos veces cocido aunque en este caso se cocina solo una vez.

### **2.11.2. PRINCIPALES INGREDIENTES**

La base principal para preparar un bizcochuelo es de:

- a) Harina
- b) Almidón de achira
- c) Huevos
- d) Esencia de hinojo
- e) Polvo para hornear o bicarbonato.
- f) Azúcar

### **2.11.3. TIPOS DE BIZCOCHOS**

Los tipos de bizcochos se dan por su composición o por su proceso de elaboración, El Biscuit a la cuillere puede partir de un merengue o de un batido, pero siempre de huevos por ejemplo, puede partir de un:

- a) Merengue Suizo o cocido, al que le añadimos las yemas mientras esta en la batidora a velocidad máxima y añadimos la harina con movimientos envolventes.
- b) Merengue francés, al que le añadimos con movimientos envolventes las yemas mezcladas con un tercio del azúcar que dice en la receta y al final añadimos la harina con movimientos envolventes.
- a) Merengue Italiano, al que le añadimos con movimientos envolventes las yemas y al final el harina.

#### **2.11.4. ALGUNAS CAUSAS DE PORQUÉ UN BIZCOCHUELO NO SALE BIEN.**

- a) Cuando los huevos se baten en exceso éstos se ponen brillosos y la preparación pierde el volumen obtenido, cayendo toda la estructura aireada y aumentada que se logra. Una vez cocido, éste queda bajo, apelmazado ya que las burbujas de aire disminuyeron por el sobre-batido.
- b) Cuando el bizcochuelo en su parte exterior se ve alto y esponjoso pero al cortarlo se notan grumos es porque se incorporó mal la harina habiéndose realizado los movimientos envolventes en forma incorrecta.
- c) Cuando una vez cocido se forma un volcán con rajaduras el motivo es una cantidad excesiva de azúcar y un horno muy caliente.

## **2.12. ROSQUETE**

### **2.12.1. DEFINICIÓN**

El rosquete es un pan en forma de calaverita que se unta con un betún blanco hecho a base de claras de huevo, azúcar y limón.

### **2.12.2. PRINCIPALES INGREDIENTES**

- a) Harina
- b) Huevos
- c) Azúcar impalpable
- d) Leche
- e) Sal
- f) Alcohol

## **2.13. TIPOS DE ROSQUETES**

- a) Rosquetes Fritos: Su cocción se la realiza con aceite hirviendo.
- b) Rosquetes horneados: Su cocción se la realiza en un horno, en temperaturas adecuadas.

## **2.14. INGREDIENTES**

### **2.14.1. HARINA**

Es una materia prima esencial básica para la repostería. La harina da estructura a las masas. Sin la harina sería imposible lograr bizcochuelos y rosquetes con cierta estructura o esponjosidad.

Fundamentalmente, son 4 las funciones de la harina:

- Da textura y consistencia;
- Aporta valor nutricional;
- Actúa como agente absorbente (absorbe los líquidos, no los disuelve)
- Contribuye al sabor (dependiendo de la clase de trigo que provenga).

### **2.14.2. ALMIDÓN DE ACHIRA**

La achira también denominada Sagú es una planta de origen andino. En la industria alimenticia, se cultiva esencialmente para la producción de los bizcochos de achira, pan de sagú, almojábanas, panecillos, o los tradicionales bizcochuelos a base del almidón de sus rizomas como materia prima principal.

También se utiliza como espesantes en sopas instantáneas y coladas para niños, en la industria de productos enlatados, en la fábrica de salsas, como rellenos en productos dietéticos y en la elaboración de gomas dulces.

### **2.14.3. AZÚCAR**

El azúcar endulza la masa, actúa acentuando las características de los productos de repostería y el color dorado de la superficie. Hace más lenta la formación de gluten, pues forma una capa protectora sobre las partículas de harina y mantiene la masa humectada, retrasando el proceso de endurecimiento. Por lo tanto, también aumenta el rango de conservación.

Las funciones del azúcar en:

- Volumen
- Suavidad
- Color
- Edulcorante
- Forma corteza

### **2.14.4. HUEVOS**

Es uno de los principales ingredientes en la composición de bizcochuelos y rosquetes. Los huevos dan estructura y esponjosidad a los bizcochuelos y rosquetes. Son utilizados como aglutinantes o emulsificantes, porque permiten que se ligen los ingredientes sólidos como las grasas con los líquidos.

Funciones de los huevos:

- Los huevos son agente de crecimiento y aumentan el volumen.
- Suavizan la masa y la miga.
- Mejoran el valor nutritivo.
- Dan sabor y color.

Específicamente, la yema de huevo (lecitina) proporciona sabor y suavidad, además ayuda a retener el líquido. Las claras de huevo (albúmina) esponjan y dan volumen.

#### **2.14.5. POLVO DE HORNEAR**

También se conoce como polvo leudante o levadura química. Es una mezcla de bicarbonato de sodio más un ácido con el que reacciona.

#### **2.14.6. SAL**

Potencializa y resalta el sabor del azúcar.

#### **2.14.7. LECHE**

Es el líquido que más se usa en las recetas de rosquetes. Constituye un ingrediente enriquecedor y mejora el aroma, sabor y color de rosquetes.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

Hoy en día el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de nuevos proyectos, razón por la cual el estudio y el análisis son de vital importancia para poder ingresar productos y servicios con éxito al mercado de consumidores.

Actualmente el mercado de repostería es cada vez más complejo y dinámico por lo que es necesario entregar un producto de calidad, satisfaciendo las necesidades de los consumidores potenciales.

El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están dispuestas a producir para atender las necesidades de la población a un precio responsablemente fijado, por los costos de producción incurridos y por la competencia.

#### **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

##### **Objetivo General**

Efectuar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda de los bizcochuelos y rosquetes, logrando determinar la demanda potencial para elaborar estrategias que permitan su adecuada comercialización.

## **Objetivos Específicos**

- Identificar la oferta de los bizcochuelos y rosquetes en las zonas más cercanas a la parroquia.
- Analizar las características del mercado objetivo y su comportamiento en la demanda de los bizcochuelos y rosquetes
- Diseñar estrategias de las 4 P del mercado

### **3.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Las variables sujetas a evaluación que facilitan el enfoque de este estudio se han determinado las siguientes

- Oferta
- Demanda
- Las 4 P del Mercado

### **3.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES DIAGNOSTICAS**

Los componentes que permitirán conocer, analizar y determinar cada una de las variables, están dados por una serie de indicadores:

#### **3.4.1. Oferta**

- Competidores
- Punto de venta
- Aceptación del producto
- Tendencias Alimenticias
- Oferta de bizcochuelos y rosquetes



### **3.4.2. Demanda**

- Consumo de bizcochuelos y rosquetes
- Frecuencia de consumo
- Motivo de consumo
- Disponibilidad
- Lugar de compra

### **3.4.3. Comercialización**

- Tipo de mercado
- Competencia
- Producto
- Plaza
- Precios
- Promoción
- Formas de negociación

### 3.5. MATRIZ DE RELACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

**Cuadro N° 02: Matriz de relación de estudio de mercado**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE	PÚBLICO
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>O.1.</b> Identificar la oferta de los bizcochuelos y rosquetes en las zonas más cercanas a la parroquia.</li> </ul>	<b>Oferta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competidores</li> <li>Punto de venta</li> <li>Aceptación del producto</li> <li>Tendencias Alimenticias</li> <li>Oferta de bizcochuelos y rosquetes</li> </ul>	Encuesta Observación Directa	Primaria Secundaria	Habitantes de la parroquia La Paz
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>O.2.</b> Analizar las características del mercado objetivo y su comportamiento en la demanda de los bizcochuelos y rosquetes</li> </ul>	<b>Demanda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de bizcochuelos y rosquetes</li> <li>Frecuencia de consumo</li> <li>Motivo de consumo</li> <li>Disponibilidad</li> <li>Lugar de compra</li> </ul>	Encuesta Observación Directa	Primaria Secundaria	Habitantes de la parroquia La Paz
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>O.3.</b> Diseñar estrategias de la 4 P del mercado</li> </ul>	<b>Las 4 P del Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipo de mercado</li> <li>Competencia</li> <li>Producto</li> <li>Plaza</li> <li>Precios</li> <li>Promoción</li> <li>Formas de negociación</li> </ul>	Encuesta Observación Directa	Primaria Secundaria	Habitantes de la parroquia La Paz

**Fuente:** Estudio de Mercado. Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autor

**Año de Investigación:** 2013

### 3.6. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

Para el presente diagnóstico situacional se utilizó los siguientes procedimientos que se detallan a continuación.

#### 3.6.1. Determinación de la Población

Para el desarrollo de la presente investigación se ha considerado como universo a investigar a la población de la parroquia La Paz, siendo este dato un total de 3.432 habitantes según el último censo poblacional del año 2010 proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Para ello se utilizará la población económicamente activa que para el año 2010 según el último censo del INEC es de 1.289 habitantes.

**Tabla N° 14. Población económicamente activa**

NOMBRE DE LA PARROQUIA	CONDICIÓN DE ACTIVIDAD 10 O MÁS AÑOS			
	SEXO	PEA	PEI	TOTAL
LA PAZ	Hombre	859	457	1.316
	Mujer	430	976	1.406
	TOTAL	1.289	1.433	2.722

Fuente: Inec censo 2010

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

#### Determinación de la Muestra Proyectada

Para el año 2013 se realizó una proyección considerando la tasa de crecimiento poblacional del 0,77% anual, su fórmula es la siguiente:

**Fórmula**

$$P_p = P_o ( 1 + i )^n$$

**Simbología:**

$P_o$  = Proyección Inicial

$i$  = Tasa de Crecimiento Poblacional

$n$  = Años

$P_p$  = Proyección

**Datos:**

$P_o$  = 1289

$i$  = 0,0077%

$n$  = 3

$P_p$  = ?

**Cálculo**

$$P_p = P_o ( 1 + 0.0077 )^3$$

$$P_p = 1289 ( 0.0077 )^3$$

$$P_p = 1319.01$$

$$P_p = 1319 \text{ habitantes}$$

**3.6.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA**

Tomando en cuenta que la población representada de la parroquia La Paz es significativa, es necesario el muestreo.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

**Fórmula**

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

**Datos:**

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra

d = Varianza

Z = Nivel de Confianza

**Simbología:**

N = 1319

e = 0,05

d = 50%

Z = 95% → 1,96

n = 5%

**Cálculo:**

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(1319)}{(0,05)^2 (1319 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{1266.7731}{4.2554}$$

n= 298 personas

El resultado de la muestra fue de 298 habitantes de la parroquia La Paz, a los que se les aplicó una encuesta de formato estandarizado, utilizando una selección al azar.

### **3.7. DISEÑOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

El presente estudio de mercado se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas de investigación de campo, donde se ha utilizado las siguientes:

#### **a) Técnicas**

Las técnicas de investigación que se empleó en el desarrollo de la presente investigación son las siguientes:

- Encuesta

#### **b) Instrumentos**

Para la aplicación de las técnicas anteriormente mencionadas se empleó los siguientes instrumentos:

- Cuestionarios para la encuesta

### **3.7.2. Información Primaria**

La técnica de información primaria que se utilizó fue la encuesta, técnica que fue aplicada en la parroquia La Paz, Cantón Montufar y los instrumentos empleados fueron los cuestionarios prediseñados.

#### **a) Encuesta**

La técnica de la encuesta permitió levantar información de los habitantes de la parroquia; de los resultados obteniendo se pudo determinar los gustos y preferencias del consumidor, tendencias de consumo y aceptación del producto permitiendo establecer la viabilidad del proyecto.

#### **b) Observación Directa**

Consistió en visitar directamente los lugares en estudio.

### **3.7.3. Información Secundaria**

La presente información se sustentó en libros, revistas, folletos, documentos e internet, información que aportó al correcto desarrollo de la investigación.

- a)** Datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Población urbana y rural del cantón Montúfar, parroquia La Paz, tasa de crecimiento poblacional, etc.)
- b)** Información proporcionada por el Ilustre Municipio del Cantón Montúfar de la provincia del Carchi, sobre las actividades comerciales del mismo.
- c)** Web en línea

### 3.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

#### 3.8.1. Encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia La Paz

##### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA LA PAZ

**OBJETIVO:** Esta encuesta tiene por objeto establecer la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes en la parroquia La Paz, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

#### DATOS TÉCNICOS DEL ENCUESTADO(A):

##### 1. Género

**Cuadro N° 03: Género de los encuestados(as)**

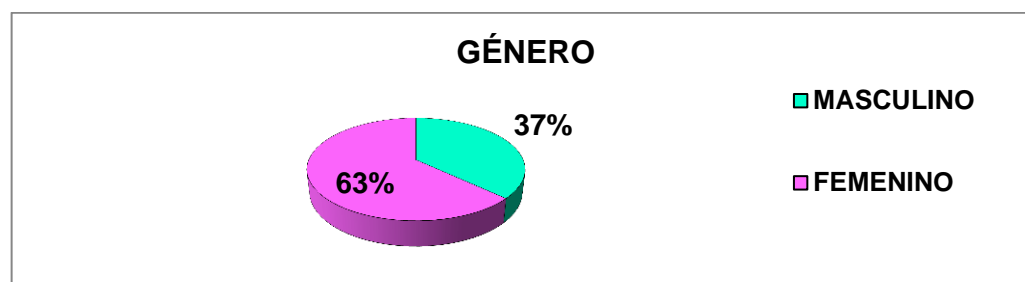
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
MASCULINO	110	37%
FEMENINO	188	63%
<b>TOTAL</b>	<b>298</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 02: Género de los encuestados(as)**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013



## Interpretación de resultados

La mayoría de los encuestados, pertenecen al género femenino, citando una breve conclusión se dice que las mujeres son quienes se preocupan por la alimentación, nutrición, gustos y preferencias de todos los miembros de la familia.

## 2. Edad

**Cuadro N° 04: Edad de los encuestados(as)**

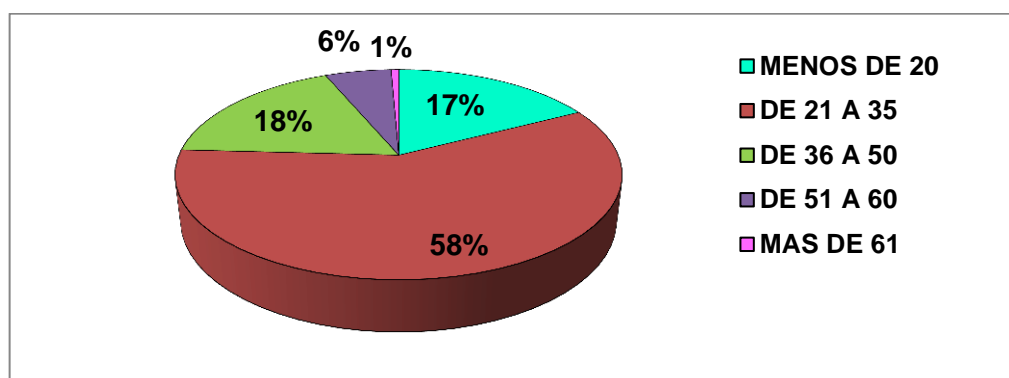
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
MENOS DE 20	52	17%
DE 21 A 35	174	58%
DE 36 A 50	53	18%
DE 51 A 60	17	6%
MAS DE 61	2	1%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 03: Edad de los encuestados(as)**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

## Interpretación de resultados

Más de la Mitad de la Población manifiesta tener una edad de entre 21 a 35 años, donde consideramos que ellos podrían ser nuestros potenciales clientes.

### 3. Actividad u ocupación

**Cuadro N° 05: Actividad u ocupación de los encuestados(as)**

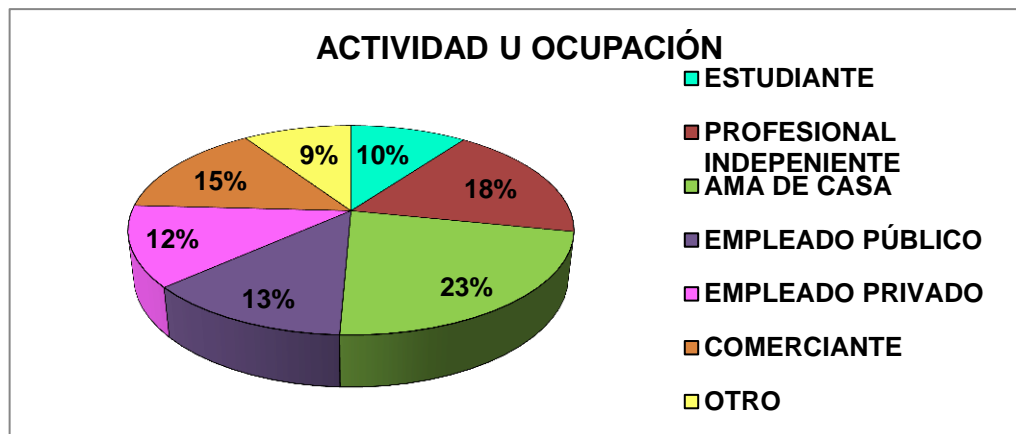
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
ESTUDIANTE	30	10%
PROFESIONAL INDEPENDIENTE	54	18%
AMA DE CASA	67	22%
EMPLEADO PÚBLICO	38	13%
EMPLEADO PRIVADO	37	12%
COMERCIANTE	44	15%
OTRO	28	9%
<b>TOTAL</b>	<b>298</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 04: Actividad u ocupación de los encuestados(as)**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

### Interpretación de resultados

Los porcentajes son muy variados, y casi no existe mayor diferencia, se podría definir que la mayoría de los encuestados tienen ingresos propios.

#### 4. Nivel de Instrucción:

**Cuadro N° 06: Nivel de Instrucción de los Encuestados(as)**

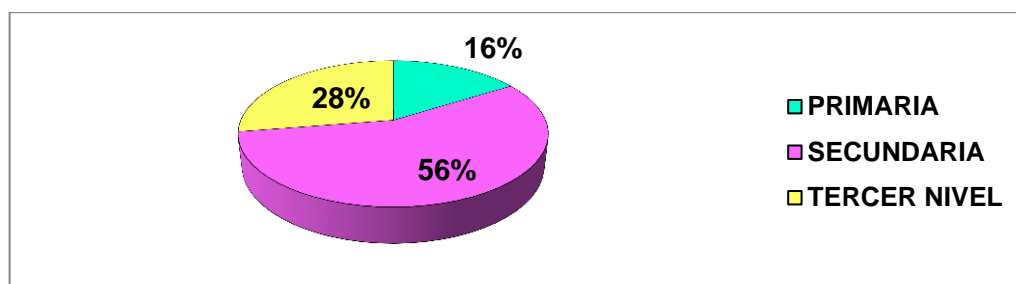
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
PRIMARIA	48	16%
SECUNDARIA	168	56%
TERCER NIVEL	82	28%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N°05: Nivel de instrucción de los encuestados(as)**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

#### **Interpretación de resultados**

Más de la mitad de la población encuestada manifiesta que posee un nivel de instrucción secundaria, debido a que la oportunidades de estudio han sido reducidas, uno de los principales factores consideran el costo para seguir una carrera superior.

## CUESTIONARIO:

### 1. ¿A degustado Ud. de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes?

**Cuadro N° 07: Degustación de bizcochuelos y rosquetes**

VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
SI	298	100%
NO	0	0%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 06: Degustación de los bizcochuelos y rosquetes**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

### Interpretación de resultados

Considerando que los bizcochuelos y rosquetes son productos tradicionales de la zona, específicamente de la ciudad de Bolívar, y que la distancia de la parroquia La Paz no es grande, la totalidad de los habitantes de la parroquia han degustado de estos exquisitos productos.

2. ¿Considera que los beneficios nutricionales de los rosquetes y bizcochuelos son?

**Cuadro N° 08: Beneficios nutricionales**

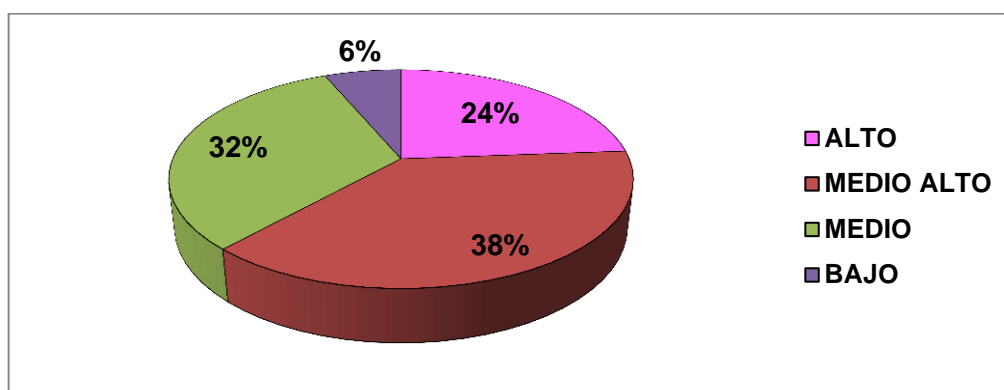
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
ALTO	71	24%
MEDIO ALTO	113	38%
MEDIO	95	32%
BAJO	19	6%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 07: Beneficios nutricionales**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

### Interpretación de resultados

Los rosquetes y bizcochuelos son considerados productos de repostería, que logran agradar el paladar de los consumidores, aun así por su exquisito sabor casi el 62% de los habitantes considera que estos tienen beneficios nutricionales entre alto y medio alto.

**3. ¿Cree Ud. que la calidad de los rosquetes y bizcochuelos que actualmente se ofertan en el mercado es?**

**Cuadro N° 09: Calidad de los rosquetes y bizcochuelos**

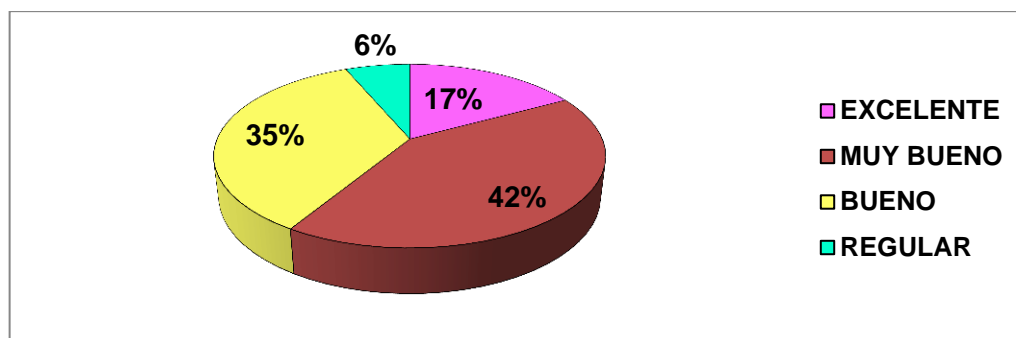
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	51	17%
MUY BUENO	124	42%
BUENO	104	35%
REGULAR	19	6%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 08: Calidad de los rosquetes y bizcochuelos**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

### **Interpretación de resultados**

La calidad de un producto puede determinar el éxito o fracaso del mismo, por tal razón se ha analizado que la mayoría de la población considera que su calidad es muy buena, y otro número de población entre el 41% considera que la calidad se encuentra entre buena y regular, indicador que muestra que nuevos productos que se oferten en el mercado deberán cumplir con las exigencias de los consumidores.

#### 4. De los productos mencionados, cuál es de su preferencia?

**Cuadro N° 10: Producto de preferencia**

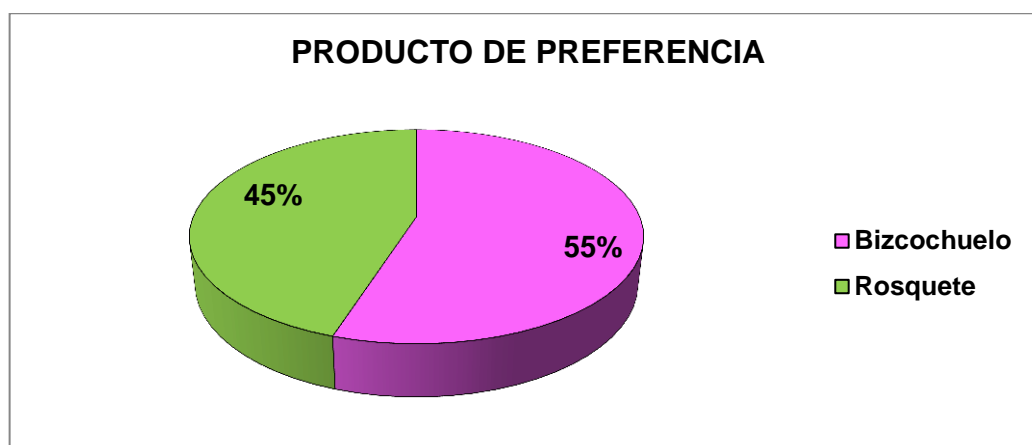
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
Bizcochuelo	164	55%
Rosquete	134	45%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 09: Producto de preferencia**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

#### Interpretación de resultados

Hoy en día los gustos y preferencias de los consumidores, son factores de vital importancia para los ofertantes de productos, satisfacer sus necesidades, permitirá que se conviertan en clientes frecuentes, al ser los bizcochuelos y rosquetes conocidos en el sector no existe mucha diferencia, lo que significa que los dos productos son aceptados.

## 5. ¿Por qué razón Ud. consume productos de repostería?

**Cuadro N° 11: Razones de consumo de productos de repostería**

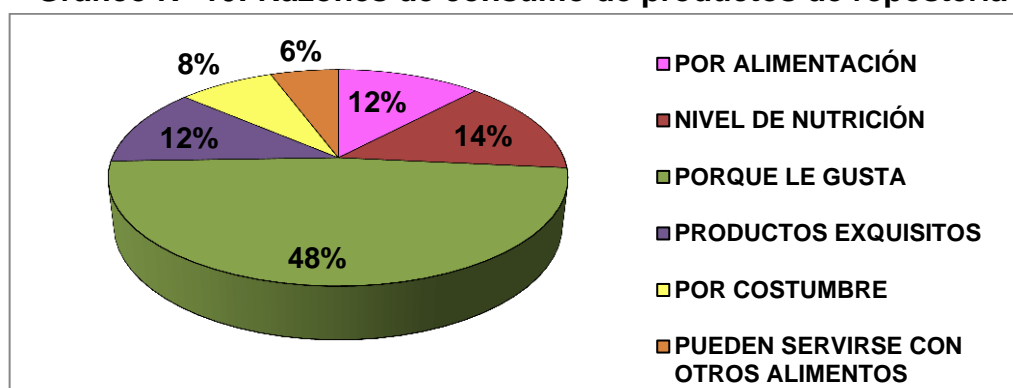
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
POR ALIMENTACIÓN	36	12%
NIVEL DE NUTRICIÓN	43	14%
PORQUE LE GUSTA	143	48%
PRODUCTOS EXQUISITOS	35	12%
POR COSTUMBRE	24	8%
PUEDEN SERVIRSE CON OTROS ALIMENTOS	17	6%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 10: Razones de consumo de productos de repostería**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

## Interpretación de resultados

En la actualidad las exigencias del consumidor son cada vez más mayores, por lo tanto casi el 48% de la población encuestada manifiesta que consumen estos productos por que les gusta, por su agradable sabor; además se puede indicar que aproximadamente la otra mitad de la población manifiesta que consume estos productos por alimentación, por su nivel de nutrición, productos exquisitos, por costumbre y porque



pueden ser acompañados con otros alimentos, indicador que demuestra que probablemente en un futuro se puede ampliar la oferta de productos complementarios.

## 6. ¿En su hogar con qué frecuencia consumen productos de repostería?

**Cuadro N° 12: Frecuencia de consumo**

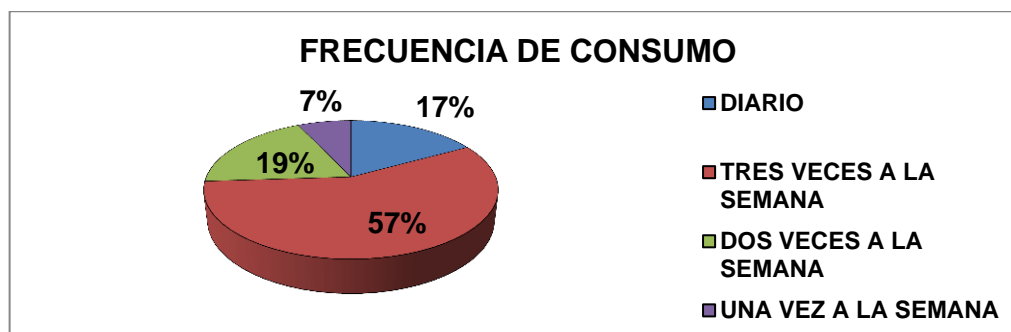
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
DIARIO	51	17%
TRES VECES A LA SEMANA	170	57%
DOS VECES A LA SEMANA	57	19%
UNA VEZ A LA SEMANA	21	7%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 11: Frecuencia de consumo**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

## Interpretación de resultados

La sociedad hoy en día se manifiesta en un mundo lleno de compromisos familiares y sociales, considerando que Ecuador es un país lleno de costumbres y tradiciones, exactamente el 57% de la población sujeta al análisis expresa que su frecuencia de consumo de productos de repostería es de tres veces por semana en sus respectivos hogares.

**7. ¿En su hogar cuantas unidades promedio de productos de repostería consumen por persona?**

**Cuadro N° 13: Unidades promedio de consumo**

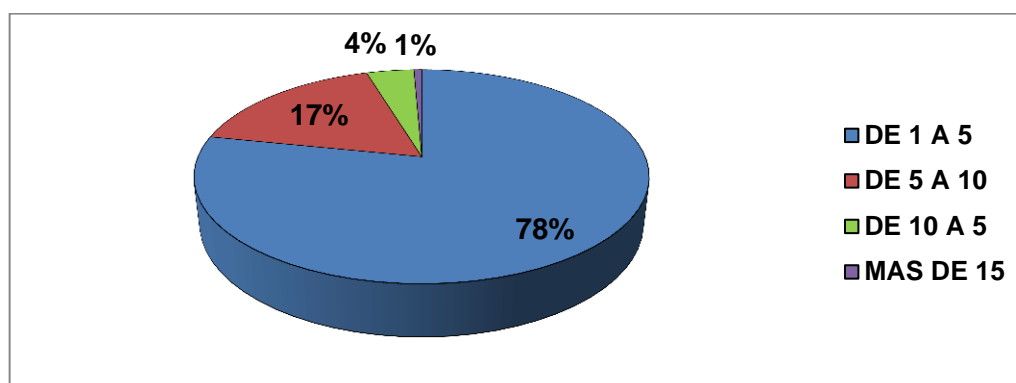
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
DE 1 A 5	233	78%
DE 5 A 10	51	17%
DE 10 A 5	12	4%
MAS DE 15	2	1%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 12: Unidades promedio de consumo**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Interpretación de resultados**

Teniendo en cuenta que el indicador nacional de personas por hogar es del 3,7 según el último censo del INEC 2010; más de los tres cuartos de la población encuestada expresa que el consumo por persona en su hogar es de 1 a 5 productos de repostería.

## 8. ¿Por qué razones usted visita lugares de repostería?

**Cuadro N° 14: Razones de visita**

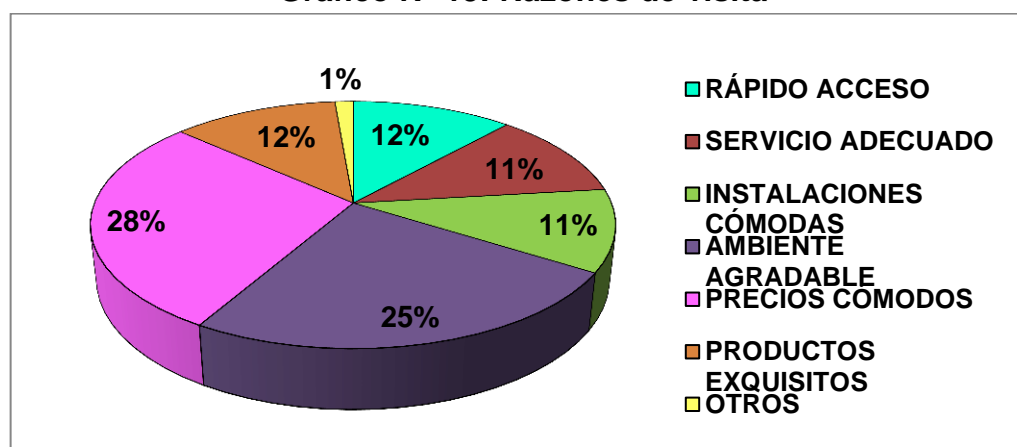
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
RÁPIDO ACCESO	35	12%
SERVICIO ADECUADO	34	11%
INSTALACIONES CÓMODAS	32	11%
AMBIENTE AGRADABLE	73	24%
PRECIOS CÓMODOS	84	28%
PRODUCTOS EXQUISITOS	36	12%
OTROS	4	1%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 13: Razones de visita**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

## Interpretación de resultados

Factores importantes que se destacan en el análisis de resultados indican que al momento de visitar un lugar donde se ofertan productos de repostería lo hacen porque el ambiente es agradable y porque los precios son cómodos, seguido de los factores como rápido acceso y productos exquisitos, indicadores que expresan que la sociedad desea lugares

donde se pueda llegar con facilidad y donde sus productos realmente gusten a su paladar.

**9. ¿En su hogar que días son de preferencias para degustar productos de repostería?**

**Cuadro N° 15: Días de frecuencia para el consumo**

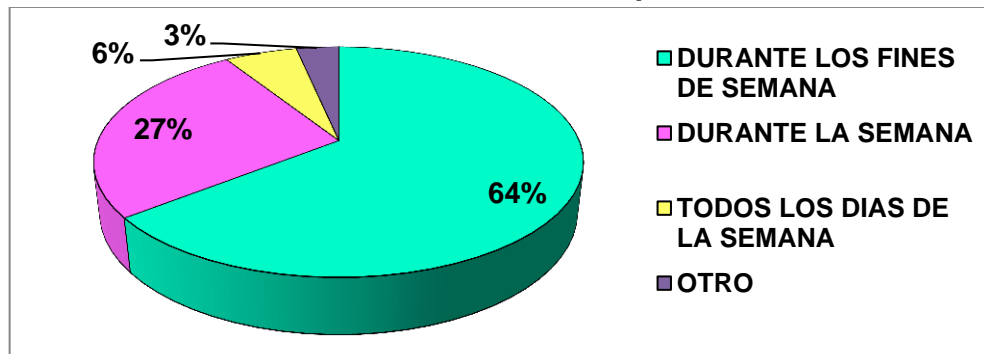
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
DURANTE LOS FINES DE SEMANA	192	64%
DURANTE LA SEMANA	79	27%
TODOS LOS DIAS DE LA SEMANA	17	6%
OTRO	10	3%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 14: Días de frecuencia para el consumo**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Interpretación de resultados**

La jornada laboral de la mayoría de los trabajadores está muy controlada y regulada por los organismos nacionales pertinentes, por lo que la mayoría de la población ha manifestado que los días de preferencia para el consumo es durante los fines de semana, considerando de manera general que estos días son de descanso y unión familiar. Sin embargo un

número representativo también ha expresado que los días de preferencia para el consumo son durante la semana.

## 10. ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

**Cuadro N° 16: Lugar de preferencia para adquirir el producto**

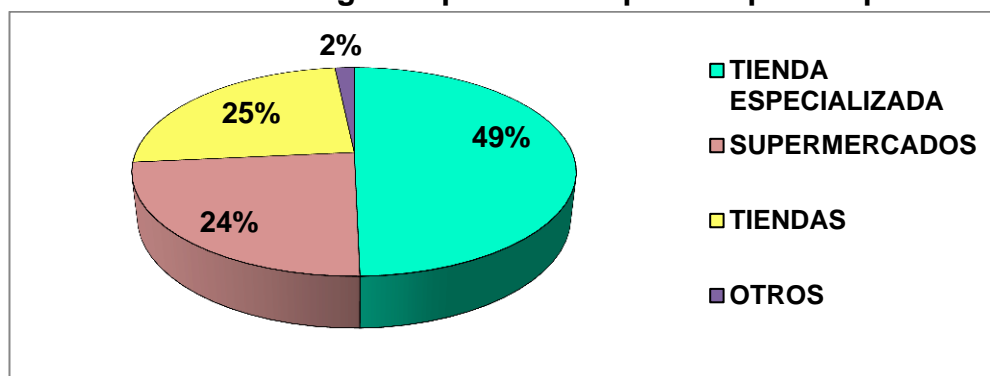
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
TIENDA ESPECIALIZADA	148	49%
SUPERMERCADOS	71	24%
TIENDAS	74	25%
OTROS	5	2%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 15: Lugar de preferencia para adquirir el producto**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

## Interpretación de resultados

Es importante poder indicar que casi la mitad de la población desearía adquirir estos productos en una tienda especializada, con toda la calidad, tecnología y tecnificación necesaria, sin restar importancia también se ha llegado al análisis que otro cuarto de la población desea adquirir este producto en tiendas, por la rapidez y el tiempo que ahorrarían, otro número significativo dice que desea adquirir este producto en

supermercados, dos lugares importantes que se podrían convertir en clientes de la nueva empresa.

### 11. ¿De sus ingresos mensuales, cuanto dispondría para degustar de productos de repostería?

**Cuadro N° 17: Ingresos mensuales destinados para el consumo**

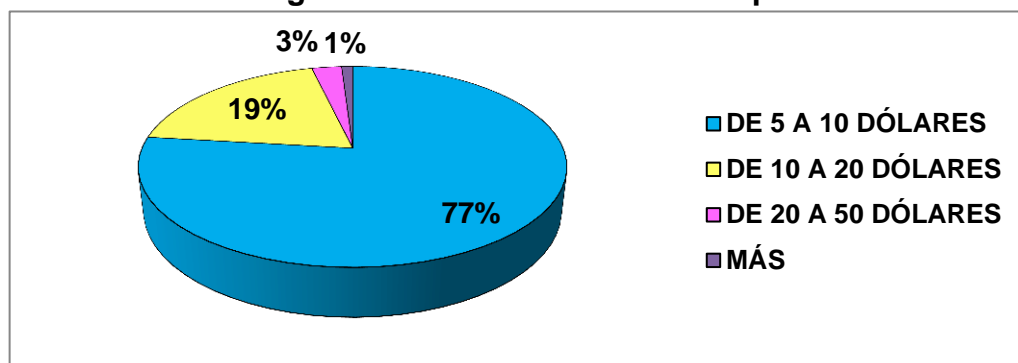
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
DE 5 A 10 DÓLARES	229	77%
DE 10 A 20 DÓLARES	58	19%
DE 20 A 50 DÓLARES	8	3%
MÁS	3	1%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 16: Ingresos mensuales destinados para el consumo**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

### Interpretación de resultados

Los gustos y preferencias del consumidor son cada vez exigentes y variables, el cliente busca lo mejor para satisfacer sus necesidades de acuerdo al valor que estaría dispuesto a pagar, en conclusión más de los tres cuartos de la población sujeta al análisis manifiesta que estaría

dispuesto a gastar hasta 10 dólares por productos de repostería en su hogar.

## 12. ¿Qué tan importante es el precio a la hora de elegir un producto?

**Cuadro N° 18: Importancia del precio**

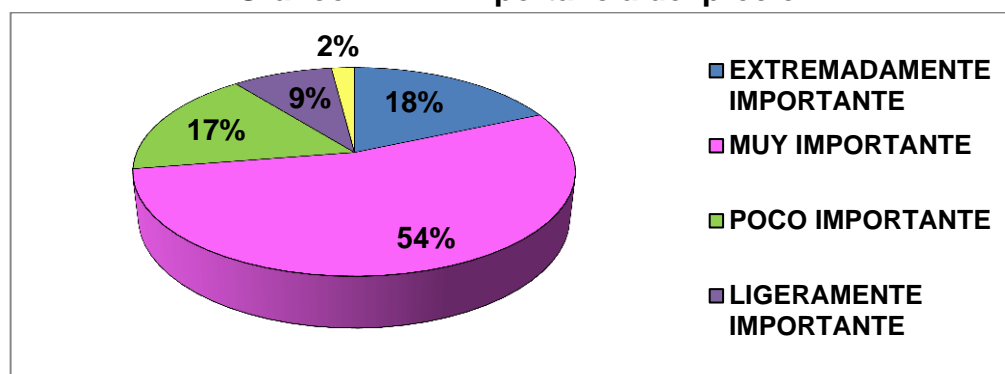
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
EXTREMADAMENTE IMPORTANTE	55	18%
MUY IMPORTANTE	161	54%
POCO IMPORTANTE	50	17%
LIGERAMENTE IMPORTANTE	26	9%
NADA IMPORTANTE	6	2%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 17: Importancia del precio**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

### Interpretación de resultados

Actualmente el mercado demandante basa su consumo de acuerdo al precio de los productos, por consiguiente la población encuestada en su mayoría manifiesta que el precio es extremadamente importante e importante al momento de hacer la elección, el precio deberá ser analizado correctamente de acuerdo a los procedimientos contables

financieros adecuados, donde se encuentre al alcance del bolsillo del consumidor.

### 13.¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a pagar por un producto de repostería?

**Cuadro N° 19: Disponibilidad de pago**

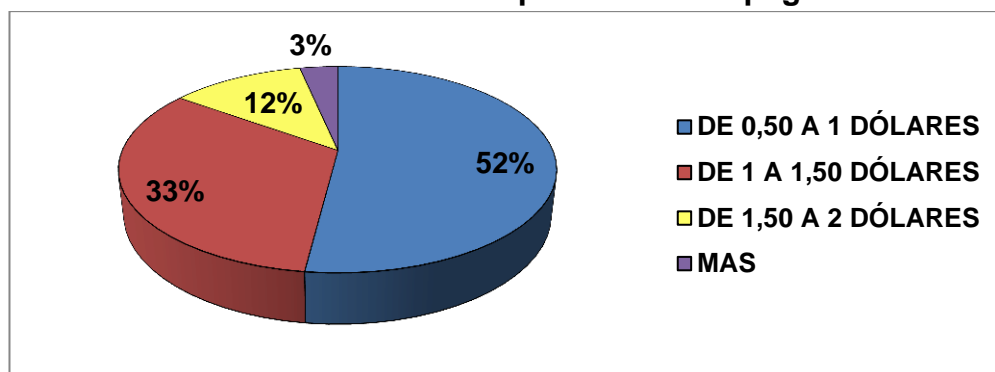
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
DE 0,50 A 1 DÓLARES	155	52%
DE 1 A 1,50 DÓLARES	98	33%
DE 1,50 A 2 DÓLARES	35	12%
MAS	10	3%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 18 Disponibilidad de pago**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

### Interpretación de resultados

Un producto de repostería que muestre estándares de calidad y exquisito sabor, permitirán que los consumidores puedan degustarlos, en tanto la población encuestada en un 52% manifiesta que estaría dispuesta a pagar entre 0,50 centavos a 1 dólar por un producto, siendo este un valor accesible para los consumidores.



**14. ¿Estaría usted de acuerdo que se cree una empresa productora y comercializadora de bizcochuelos y rosquetes, específicamente en la parroquia La Paz?**

**Cuadro N° 20: Creación de una nueva empresa**

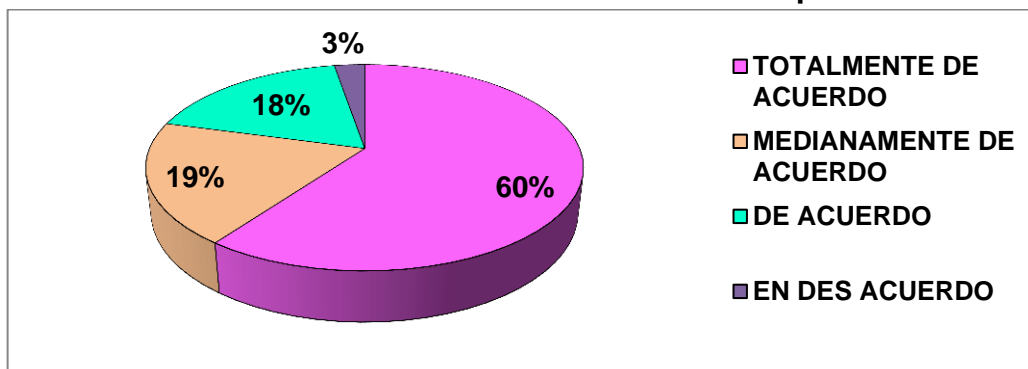
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
TOTALMENTE DE ACUERDO	179	60%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	57	19%
DE ACUERDO	54	18%
EN DES ACUERDO	8	3%
TOTAL	298	100%

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 19: Creación de una nueva empresa**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

### Interpretación de resultados

La economía del país se desenvuelve de manera democrática, en donde todos tenemos la posibilidad de emprender nuevos negocios, teniendo el dato de que la totalidad de la población ha degustado de los bizcochuelos y rosquetes más de la mitad de la población sujeta de análisis específicamente al 60% ha expresado que está totalmente de acuerdo con la creación de una nueva empresa que ofrezca estos productos, ya

que podrían tener mayor acceso, sin necesidad de movilizarse, ahorrando tiempo y costos.

**15. ¿Qué servicios le gustaría a Ud. que le brinde el nuevo establecimiento?**

**Cuadro N° 21: Servicios a ofrecer**

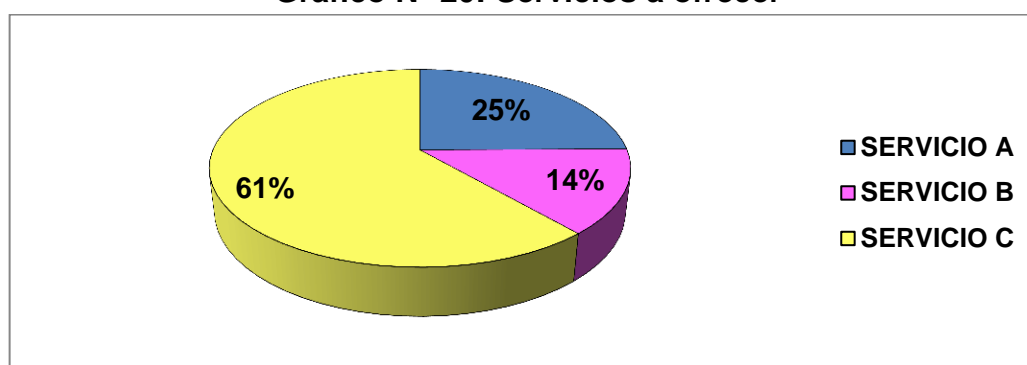
VARIABLE	SERVICIOS	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
SERVICIO A	REPOSTERIA, PANADERÍA, HELADERÍA	74	25%
SERVICIO B	BAR, REPOSTERIA, PANADERÍA, HELADERÍA	41	14%
SERVICIO C	BAR, REPOSTERIA, PANADERÍA, HELADERÍA, CAFETERÍA	183	61%
TOTAL		298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 20: Servicios a ofrecer**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Interpretación de resultados**

La sociedad actualmente requiere de un lugar que cumpla con todas sus expectativas, por lo tanto más de la mitad de los encuestados, al 61% les

gustaría que un nuevo local cuente con los servicios de bar, repostería, panadería, heladería, cafetería, otro cuarto de los encuestados opinan que el nuevo local debería tener los servicios de repostería, panadería, heladería; siendo estas opciones grandes alternativas para ampliar el mercado en un futuro.

**16.¿Con la creación de esta empresa, Ud. estaría dispuesto a adquirir bizcochuelos y rosquetes?**

**Cuadro N° 22: Disponibilidad de compra**

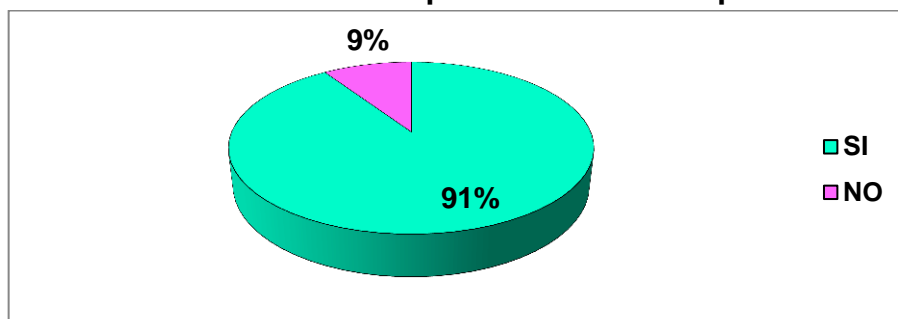
VARIABLE	FRECUENCIA (F)	PORCENTAJE (%)
SI	292	98%
NO	6	2%
TOTAL	298	100%

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 21: Disponibilidad de compra**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Interpretación de resultados**

La población encuestada expresa casi en su mayoría, que si la empresa operara estarían dispuestos a visitarla, con la finalidad de conocer y degustar los exquisitos productos.

### **3.9.IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

#### **3.9.1. EL BIZCOCHUELO**

Bizcochuelo se le llama al batido clásico de huevos enteros. Esta palabra proviene de la palabra biscuit que quiere decir dos veces cocido aunque en este caso se cocina solo una vez.

##### **3.9.1.1. Principales Ingredientes**

La base principal para preparar un bizcochuelo es de:

- a) Harina
- b) Almidón de Achira
- c) Huevos.
- d) Esencia de Hinojo
- e) Polvo para hornear o bicarbonato.
- f) Azúcar.

Los bizcochuelos tendrán un sabor agradable al paladar de los consumidores, su contextura será realmente suave, tendrán aproximadamente una altura de 12 a 15 cm. Su tamaño será en porción para una sola persona, su apariencia física será en tono café claro.

**Gráfico N° 22: Bizcochuelo**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013  
**Elaborado:** Por la autora  
**Año de Investigación:** 2013

### 3.9.2. EL ROSQUETE

El rosquete es un pan en forma de calaverita que se unta con azúcar impalpable dándole una apariencia irresistible.

#### 3.9.2.1. Principales Ingredientes

- a) Harina
- b) Huevos
- c) Azúcar impalpable
- d) Leche
- e) Sal
- f) Alcohol

El rosquete tendrá una apariencia blanquecina llena de azúcar, su textura será bizcochosa y tendrá un sabor agradable, su presentación será por unidad en porción para una sola persona.

**Gráfico N° 23: Rosquete**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013  
**Elaborado:** Por la autora  
**Año de Investigación:** 2013

### 3.10. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el respectivo análisis de la demanda se tomó a la población económicamente activa de la parroquia La Paz, quienes serán los potenciales consumidores del producto.

### 3.10.1. Demanda Actual

Tomando como base de información de la encuesta efectuada a los habitantes de la parroquia La Paz se determinó que el 98% de los habitantes estarían dispuestos a adquirir los productos ofertados en la nueva empresa. (Pregunta 16 de la encuesta).

**Cuadro N° 23: Comportamiento de la demanda de bizcochuelos y rosquetes**

PRODUCTO	TOTAL DE LA POBLACIÓN DISPUESTA A ADQUIRIR LOS PRODUCTOS 98%	% POBLACIÓN DISPUESTA A ADQUIRIR LOS PRODUCTOS	POBLACIÓN DISPUESTA A ADQUIRIR LOS PRODUCTOS	CANTIDAD DE CONSUMO A LA SEMANA	%	TOTAL PERSONAS	PERIODO DE CONSUMO ANUAL	TOTAL CONSUMO ANUAL POR UNIDADES
BIZCOCHUELOS	1.293	0,55	711	Diario	0,17	121	365,00	44.114
				Tres veces a la semana	0,57	405	156,00	63.217
				Dos veces a la semana	0,19	135	104,00	14.048
				Una Vez por semana	0,07	50	52,00	2.588
				TOTAL				123.967
ROSQUETES		0,45	582	Diario	0,17	99	365,00	36.093
				Tres veces a la semana	0,57	332	156,00	51.723
				Dos veces a la semana	0,19	111	104,00	11.494
				Una Vez por semana	0,07	41	52,00	2.117
TOTAL	1.293	1,00	1.293	TOTAL			1.354,00	101.427

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

### 3.10.2. Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda consideraremos la tasa de Crecimiento Poblacional del 0.77% indicador que hemos encontrado en el INEC último censo, también consideraremos la población que para el 2013 fue de 1.319 personas.

### Fórmula a utilizarse para la proyección

$$P_p = P_o (1 + i)^n$$

#### Simbología:

P<sub>o</sub> = Proyección Inicial

i = Tasa de Crecimiento Poblacional

n = Años

P<sub>p</sub> = Proyección

**Cuadro N° 24: Proyección de la demanda de bizcochuelos**

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANADA EN UNIDADES DE BIZCOCHUELOS
2.013	123.967
2.014	124.921
2.015	126.853
2.016	129.805
2.017	133.850
2.018	139.083

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Cuadro N° 25: Proyección de la demanda de rosquetes**

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANADA EN UNIDADES DE ROSQUETES
2.013	101.427
2.014	102.208
2.015	103.788
2.016	106.204
2.017	109.514
2.018	113.795

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

### 3.11. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se consideró únicamente información proporcionada por la competencia:

#### 3.11.1. Oferta Actual

Mediante observación directa se puede determinar que en la ciudad de bolívar se encuentran dos tiendas que ofertan el producto:

- Panadería “Rico Pan” ubicada en el parque central
- Panadería “La Delicia” – Propietaria

Se toma como base la información de la entrevista realizada a la competencia a la Sra. Consuelo Flores donde indica que aproximadamente el consumo por semana de 50 fundas de Bizcochuelos y 45 de Rosquetes a la semana.

**Cuadro N° 26: Comportamiento de la oferta de bizcochuelos y rosquetes**

PRODUCTO	CANTIDAD DE CONSUMO A LA SEMANA EN FUNDAS	CANTIDAD DE CONSUMO AL MES EN FUNDAS	CANTIDAD DE CONSUMO AL AÑO EN FUNDAS	CANTIDAD DE OFERTA AL AÑO EN UNIDADES
BIZCOCHUELOS	50	200	2.400	16.800
ROSQUETES	45	180	2.160	15.120

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

#### 3.11.2. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la demanda consideraremos la tasa de Crecimiento Poblacional del 0.77% indicador que hemos encontrado en el INEC último censo.



### Fórmula a utilizarse para la proyección

$$P_p = P_o (1 + i)^n$$

### Simbología:

P<sub>o</sub> = Proyección Inicial

i = Tasa de Crecimiento Poblacional

n = Años

P<sub>p</sub> = Proyección

**Cuadro N° 27: Proyección de la oferta de bizcochuelos**

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN UNIDADES DE BIZCOCHUELOS
2013	16.800
2014	16.929
2015	17.191
2016	17.591
2017	18.139
2018	18.849

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Cuadro N° 28: Proyección de la oferta de rosquetes**

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN UNIDADES DE ROSQUETES
2013	15.120
2014	15.236
2015	15.472
2016	15.832
2017	16.325
2018	16.964

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

### 3.12. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Para poder determinar la demanda potencial a satisfacer, realizamos la diferencia entre la demanda y la oferta.

**Cuadro N° 29: Demanda potencial a satisfacer de bizcochuelos**

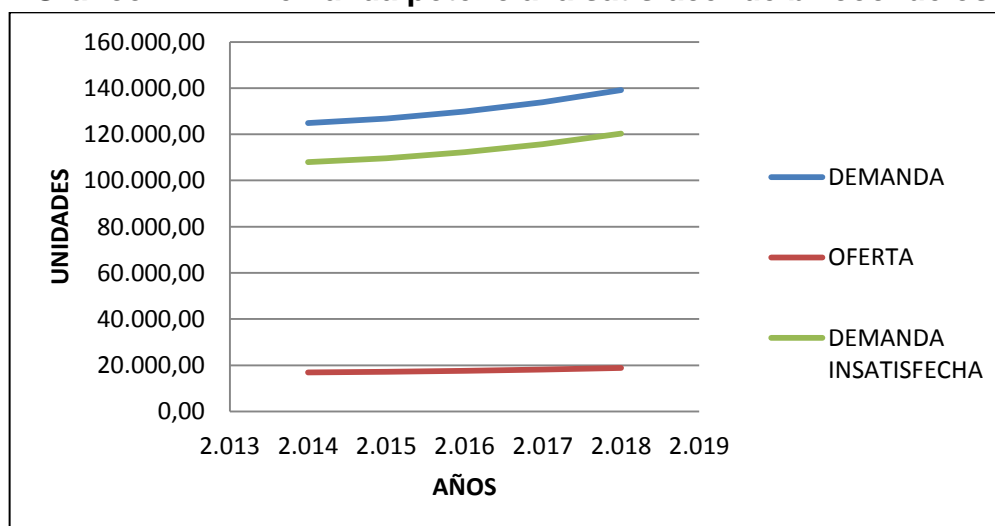
BIZCOCHUELOS					
AÑOS	DEMANDA DE BIZCOCHUELOS	OFERTA DE BIZCOCHUELOS	DEMANDA INSATISFECHA DE BIZCOCHUELOS	% A CAPTAR POR AÑO	DEMANDA A CAPTAR CON EL PROYECTO
	123.967	16.800	107.167	0,70	75.017
2.014	124.921	16.929	107.992	0,70	75.594
2.015	126.853	17.191	109.661	0,73	80.053
2.016	129.805	17.591	112.214	0,76	85.283
2.017	133.850	18.139	115.711	0,79	91.411
2.018	139.083	18.849	120.234	0,82	98.592

**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 24: Demanda potencial a satisfacer de bizcochuelos**



**Fuente:** Investigación de Mercados Mayo 2013

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

**Cuadro N° 30: Demanda potencial a satisfacer de rosquetes**

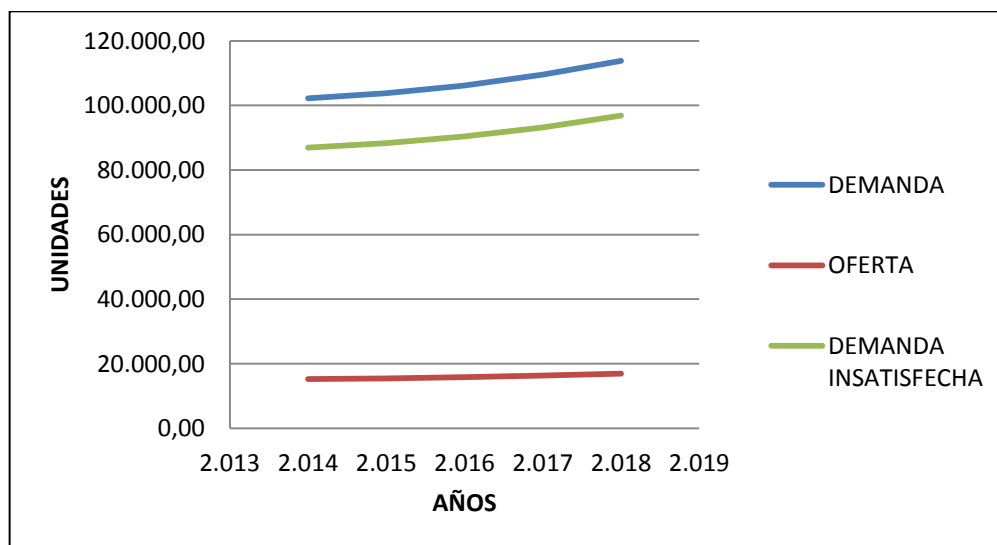
ROSQUETES					
AÑOS	DEMANDA DE ROSQUETES	OFERTA DE ROSQUETES	DEMANDA INSATISFECHA DE ROSQUETES	% A CAPTAR POR AÑO	DEMANDA A CAPTAR CON EL PROYECTO
	101.427	15.120	86.307	0,70	60.415
2.014	102.208	15.236	86.972	0,70	60.880
2.015	103.788	15.472	88.316	0,73	64.471
2.016	106.204	15.832	90.372	0,76	68.683
2.017	109.514	16.325	93.188	0,79	73.619
2.018	113.795	16.964	96.832	0,82	79.402

Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 25: Demanda potencial a satisfacer de rosquetes**



Fuente: Investigación de Mercados Mayo 2013

Elaborado: Por la autora

Año de Investigación: 2013

### 3.13. ANÁLISIS DE COMPETIDORES

Siendo los rosquetes y bizcochuelos, productos tradicionales de la zona, el principal competidor sería “La Delicia” pequeño negocio que se

encuentra ubicado en la ciudad de Bolívar, a varios kilómetros de la parroquia La Paz lugar donde se implementará el proyecto siendo el único negocio de repostería en la localidad, permitiendo a los potenciales clientes reducir costos por transporte y brindándoles la oportunidad de rápido acceso.

### **3.14. ANÁLISIS DE PRECIOS**

Los bizcochuelos y rosquetes son productos de repostería tradicionales, para la fijación del precio se considerará dos factores importes:

1. El precio Interno: Se procederá a determinar el costo unitario de los productos y posteriormente se fijara una tasa de rentabilidad.
2. El precio de Mercado: Complementario a la fijación de precios internos de la empresa se analizará los precios en los que la competencia los está ofertando, el precio de la competencia se encuentra en 0,48 centavos aproximadamente.

### **3.15. COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE REPOSTERÍA**

#### **3.15.1. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD**

La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de los productos a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

a) Rótulo del Negocio

Gráfico N° 26: Rótulo que identifica a la empresa



Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: Por la autora  
Año de Investigación: 2013

El rótulo de un negocio sirve para:

- Señalar en dónde se encuentra ubicado: su función principal y fundamental es hacer el negocio visible; por ello, debe ser llamativo y altamente legible a distancia, con un mensaje conciso y claro. En el rótulo se encuentra claramente la ubicación geográfica: La Paz – Montúfar – Ecuador.
- Identificar el giro del negocio: su contenido anuncia al público la actividad principal del local, los productos que vende; en este caso “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” identifica claramente la actividad comercial.
- Atraer al cliente: El rótulo además de llamativo, debe ser persuasivo; hacer que el público "vea" y desee "ver más"; esto se consigue cuidando el diseño y su mensaje. Para destacar por encima de la

competencia. Los colores utilizados son muy llamativos y el eslogan muestra que los productos son tradicionales.

- Presentar como es la empresa: es la primera impresión que el cliente obtiene del negocio, al causarles interés desde la fachada se podrá captar cada vez más clientes.

## b) Diseño de Prensa

Para tener un mayor alcance geográfico en la difusión relacionada con la nueva empresa, se decidió optar por la utilización de medios impresos, la mejor opción Diario El Norte, siendo un periódico de gran circulación en el sector.

**Gráfico N° 27: Anuncio en la Prensa**



Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado: Por la autora  
Año de Investigación: 2013

### c) Hojas Volantes

Un volante es un papel impreso que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anunciará el giro del negocio. El mensaje es breve y conciso, además las imágenes en este caso hablan por sí solas.

Gráfico N° 28: Volantes



**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado:** Por la autora  
**Año de Investigación:** 2013

### **3.16. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

#### **➤ Promoción de Productos**

Con el firme propósito de atender las necesidades del cliente “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” pretende promocionar y dar a conocer el producto, para lograr la mayor cantidad de ventas se empacarán un total de 7 unidades de cualquier producto sea bizcochuelo o rosquete y se venderá a un precio de 3 dólares, estrategia utilizada por la competencia, donde se disminuye cierto porcentaje del precio y se generan mayor volumen de ventas.

#### **➤ Premios Sorpresa**

La entrega final de este tipo de premios se realizará en fechas y ocasiones especiales, mediante sorteos para garantizar la transparencia, los premios podrán ser gorras, camisetas, o los mismos productos.

### **3.17. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El Estudio de Mercado se lo realizó con la finalidad de dar respuestas a los objetivos planteados:

- Toda la población objetivo indica que ha degustado de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes, indicando que la creación de la nueva empresa tendrá una buena aceptación.
- Para que la microempresa tenga éxito, los productos a ofertarse deben ser de calidad, que cumplan con todos los requerimientos del cliente, el lugar de venta debe ser acogedor e higiénico.



- Se ha identificado que la población requiere productos de excelente calidad, en dónde la empresa deberá prestar atención en todo el proceso productivo para llegar a la excelencia.
- Hoy en día el cliente tiene la expectativa de cumplir con todas las expectativas como un rápido acceso, instalaciones cómodas, servicio adecuado, precios cómodos, productos exquisitos.
- Es importante indicar que el 61% de la población encuestada manifiesta que también requiere de servicios y productos adicionales como, panadería, heladería, cafetería, bar, etc.; información que permitirá expandirse en un futuro a un nuevo mercado.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. PRESENTACIÓN**

El estudio técnico consiste en realizar un análisis de las variables que inciden en la rentabilidad y factibilidad del proyecto, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos para la realización de un proyecto de inversión.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.

#### **4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización apropiada de la planta constituye un factor importante para el éxito o fracaso de una nueva empresa, donde el análisis económico, estratégico e institucional permitirá la maximización de utilidades del proyecto.

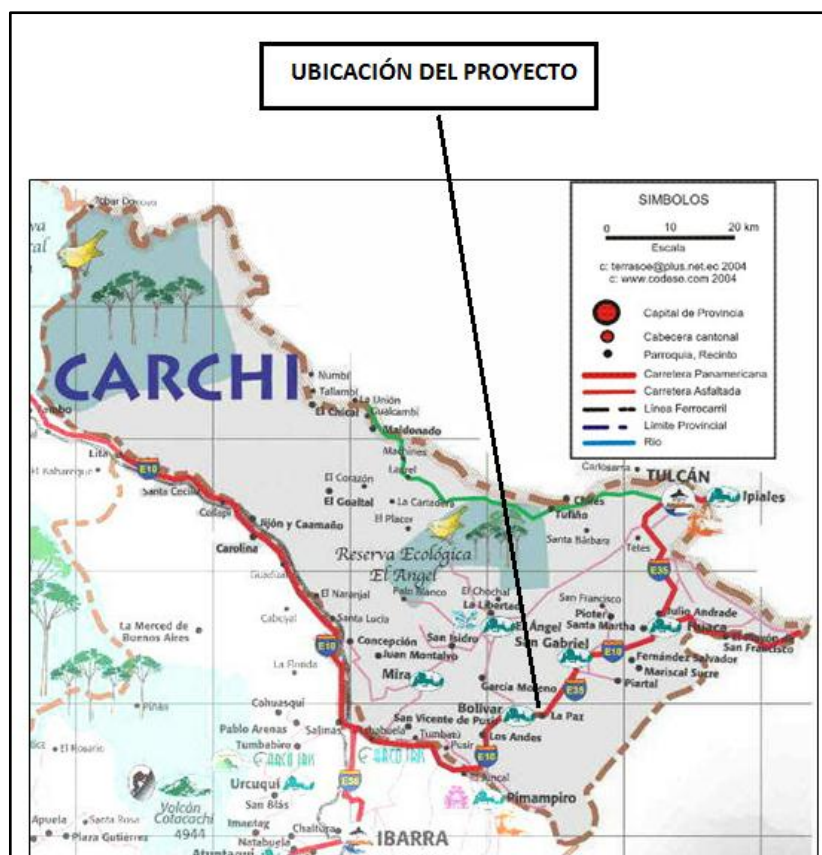
#### 4.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La empresa se ubicará en la provincia del Carchi, perteneciente a la región norte del país, tiene una superficie aproximada de 3780.45 Km<sup>2</sup> y una población de 164.524 habitantes.

##### Límites:

- AL NORTE con la República de Colombia
- AL SUR con la Provincia de Imbabura
- AL ESTE con la Provincia de Sucumbíos
- AL OESTE con la Provincia de Esmeraldas

**Gráfico N° 29: Macro localización, Provincia del Carchi**



**Fuente:** Mapas provinciales del Ecuador ([http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa\\_Carchi.html](http://www.codeso.com/TurismoEcuador/Mapa_Carchi.html))

**Elaborado:** Por la autora

**Año de Investigación:** 2013

#### 4.2.1. MICRO LOCALIZACIÓN

La Parroquia La Paz es una de las parroquias pertenecientes al cantón Montufar de la Provincia del Carchi. El terreno donde se ubicará el proyecto cuenta con servicios básicos de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado.

Siendo una empresa nueva que ofertará productos de repostería, constituye un caso especial de análisis, ya que el lugar seleccionado deberá estar ubicado en un lugar estratégico, capaz de llamar la atención de los posibles clientes.

**Cuadro N° 31: Método cualitativo por puntos**

Factores	Peso	BARRIO NORTE		BARRIO CENTRO		BARRIO SUR	
		CALIFICACIÓN ESCALA 1-10	Suma	CALIFICACIÓN ESCALA 1-10	Suma	CALIFICACIÓN ESCALA 1-10	Suma
Cercanía del Mercado Objetivo	15	7	105	8	120	6	90
Servicios básicos	8	8	64	8	64	8	64
Costo de la tierra	10	5	50	7	70	8	80
Disponibilidad de Instalaciones	8	9	72	8	64	8	64
Transporte, vías de acceso y comunicaciones	15	10	150	9	135	9	135
Requerimiento de Materia Prima e Insumos	15	9	135	9	135	8	120
Requerimiento de Mano de obra	12	8	96	7	84	7	84
Requerimientos Legales y Operativos	7	8	56	8	56	8	56
Crecimiento Futuro	10	8	80	6	60	5	50
<b>SUMA TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>808</b>		<b>788</b>		<b>743</b>

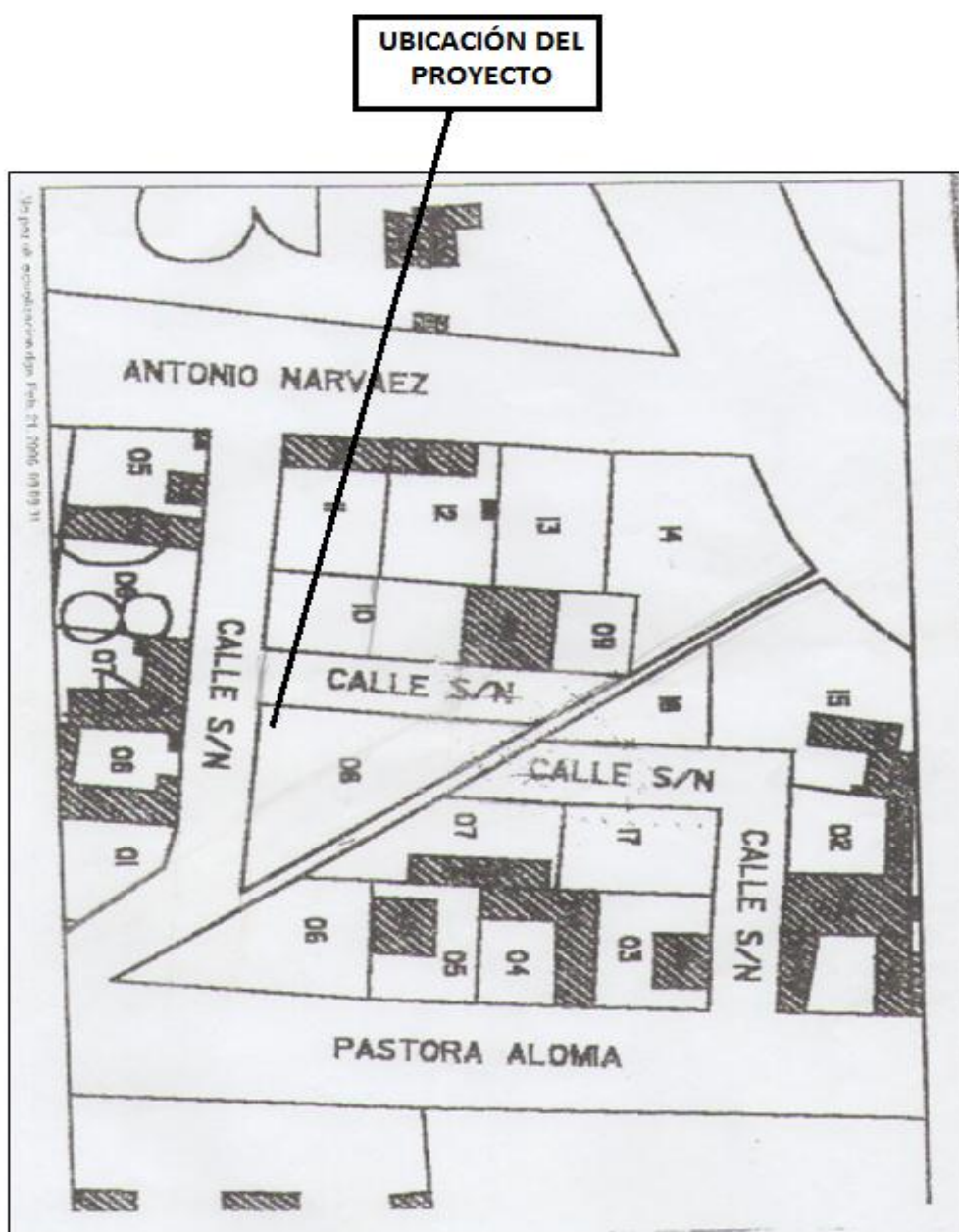
**Fuente:** Método Cualitativo por Puntos (Evaluación de Proyectos; Gabriel Baca Urbina)

**Elaborado por:** La Autora

**Año de Investigación:** 2013

Después de haber analizado varios factores para establecer la micro localización, se llega a la conclusión que el Sector denominado Barrio Norte es el más idóneo para la puesta en marcha del proyecto, ya que su cercanía con la panamericana permitirá expansión del mercado.

**Gráfico N° 30: Micro localización, Ubicación Geográfica de la Planta**



**Fuente:** Plano del Terreno  
**Año de Investigación:** 2013

**Gráfico N° 31: Micro localización, Ubicación de la empresa en terreno seleccionado**



Fuente: Plano del Terreno  
Año de Investigación: 2013

#### **4.3. DISEÑO DEL PRODUCTO**

Considerando que los productos expuestos como el rosquete y el bizcochuelo son conocidos y tradicionales, se mantendrá el mismo diseño que actualmente oferta la competencia, con el fin de no confundir a los potenciales clientes.

**Bizcochuelos:**

El producto tendrá una presentación cilíndrica, esponjoso y de agradable sabor.

**Gráfico N° 32: Producto terminado bizcochuelo**



**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La autora  
**Año de Investigación:** 2013

**Rosquete:**

Este producto mantendrá una contextura bizcochosa y una presentación en forma circular cubierta de azúcar impalpable.



**Gráfico N° 33: Producto terminado rosquete**



**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaborado por:** La autora  
**Año de Investigación:** 2013

#### **4.3.1. NOMBRE DEL PROYECTO**

La empresa tendrá por nombre “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” con el nombre se pretende identificar directamente los productos a ofrecerse.

#### **Eslogan**

“El rico sabor de la tradición”.

#### **4.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

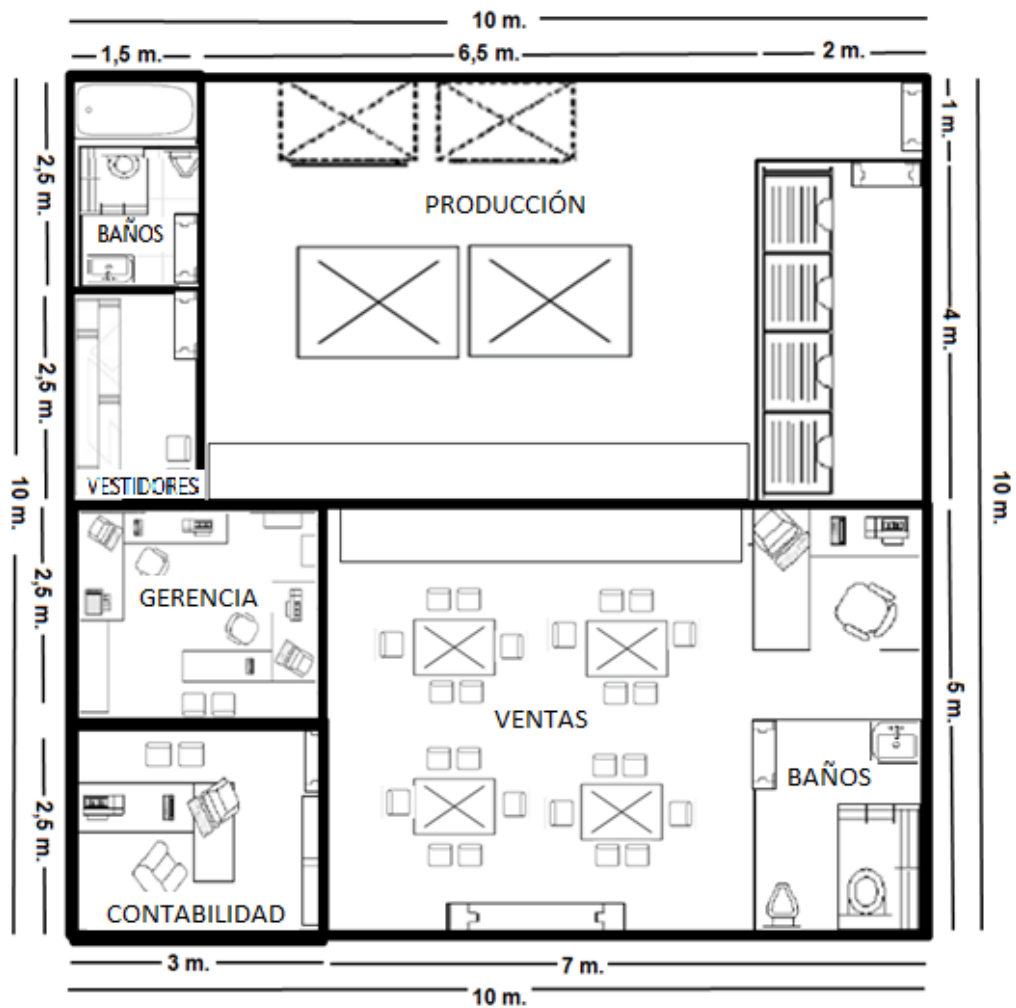
Los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto son aquellos que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones para la implementación del proyecto, es importante estudiar con especial



énfasis la valorización de todas las variables técnicas, que incurren para llevar a cabo el proceso de fabricación del producto

#### 4.4.1. DISEÑO DE INSTALACIONES

**Gráfico N° 34: Distribución de la Planta**



Fuente: Maestro en Construcciones Sr Cristóbal Paspuel (Experiencia 30 años)

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

#### 4.4.2. Construcción de Instalaciones

Según la información proporcionada por el Señor Cristóbal Paspuel maestro en Construcciones con experiencia aproximada de unos 30 años en la construcción, estima que en un área de 100 m<sup>2</sup>, se podrá invertir

aproximadamente 120 dólares por metro cuadrado, esto implica que se tendría una inversión de 12.000 dólares, con terminados normales.

**Cuadro N° 32: División Física de la Planta**

AREAS	UNIDAD DE MEDIDA	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	TAMAÑO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
GERENCIA	m2	NORMAL	7,50	120,00	900,00
CONTABILIDAD	m2	NORMAL	7,50	120,00	900,00
BODEGA	m2	NORMAL	8,00	120,00	960,00
PRODUCCIÓN	m2	NORMAL	34,50	120,00	4.140,00
COMERCIALIZACIÓN (INCLUYE BAÑO PARA EL PÚBLICO)	m2	NORMAL	35,00	120,00	4.200,00
VESTIDORES	m2	NORMAL	3,75	120,00	450,00
BAÑO PERSONAL INTERNO	m2	NORMAL	3,75	120,00	450,00
<b>TOTAL</b>			<b>100,00</b>		<b>12.000,00</b>

**Fuente:** Maestro en Construcciones Sr Cristóbal Paspuel (Experiencia 30 años)

**Elaboración:** La Autora

**Año de Investigación:** 2013

## 4.5. OPERACIÓN

### 4.5.1. Procesos de Producción y Comercialización de los Bizcochuelos

- 1. Recepción y almacenamiento de materia prima:** Se reciben las materias primas y se almacenan, conservándose en sus propios envases o contenedores hasta el momento de su utilización y procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos. En este punto se debe tener máximo cuidado, ya que la materia prima principal como la harina no pueden tener contacto directo con el ambiente.

Los productos como leche, manteca, huevos se deben refrigerar, para que se mantengan frescos hasta el momento de preparación.

2. **Transporte al área de mezclado.-** Las materias primas requeridas (en cantidad) se transportan al área de mezclado o a las mesas de trabajos, según sea el caso.
3. **Pesar los ingredientes:** Al realizar esta operación, implica que se debe trabajar con una formula balanceada y precisa.
4. **Proceso de Mezclado:** Se procede a separar las claras y yemas de los huevos respectivamente. Los huevos deben ser frescos y estar a temperatura ambiente lo que permite incorporar mayor cantidad de aire durante el batido. Se bate la clara hasta obtener punto de nieve, consecuentemente se debe incorporar las yemas lentamente, y una por una. Poco a poco se agrega el azúcar en forma de lluvia, se añade el polvo de hornear, se incorpora el jugo de limón y la esencia de hinojo. Todo este proceso se lo realiza en la batidora industrial.

Más tarde se añade lentamente la harina, el almidón de achira o en su caso el almidón de yuca, con la harina tomar la precaución de tamizarla primero para luego agregarla suavemente y evitar cualquier tipo de impurezas.

Finalmente se espera que la masa sea uniforme, no se debe mezclar de manera circular ya que la masa pierde volumen y consistencia.

En caso de haber más producción se puede transportar la masa a la artesa, a fin de que la maquinaria esté disponible para un nuevo proceso de producción.

- 5. Preparación de moldes:** Paralelamente al mezclado se realiza limpieza del molde, descartando la presencia de cualquier impureza, estos moldes son unos pequeños cilindros cuyas bases son recubiertas con un papel muy delgado (papel manteca), asegurándolo con un pedazo de alambre.

Se recomienda que los moldes sean de acero inoxidable para facilitar su limpieza. Este proceso se efectúa en una mesa de trabajo.

- 6. Vaciado de mezcla en moldes:** La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes con la ayuda de una manga pastelera; el vertido se realiza por gravedad y, hasta que el molde contenga la cantidad necesaria.

- 7. Transporte de las latas al carro bandejero:** Los moldes con mezcla se transportan manualmente al carro bandejero y posteriormente se introducen las latas al horno, que ya ha sido preparado con una temperatura adecuada.

- 8. Horneado:** La mezcla se deja hornear aproximadamente durante unos treinta minutos.

En esta parte del proceso de los bizcochuelos, el calor transforma la mezcla en un producto ligero, poroso, fácilmente digerible y de sabor agradable, a causa de una serie de reacciones debidas a la temperatura.

- 9. Transporte a la mesa de trabajo:** Terminado de hornear, se transporta bandejas con los bizcochuelos, utilizando el carro bandejero nuevamente a la mesa de trabajo.

**10. Quitar los moldes:** Se procede a separar el molde del bizcochuelo, el producto final se puede ir ubicando en una de las mesas de trabajo.

**11. Empaque:** Debido a las consistencias de los Bizcochuelos, se procede a empacarlos en fundas plásticas, para que puedan conservar su textura, olor, sabor y propiedades. De este modo pueden ser colocados en las vitrinas para la exhibición del público.

**12. Venta:** Una vez que el producto se encuentra empacado es llevado a las vitrinas, donde queda a exposición de los clientes.

#### **4.5.2. Proceso de Producción y Comercialización de los Rosquetes**

**1. Recepción y almacenamiento de materia prima:** Se reciben las materias primas y se almacenan, conservándose en sus propios envases o contenedores hasta el momento de su utilización y procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos. En este punto se debe tener máximo cuidado, ya que la materia prima principal como la harina no pueden tener contacto directo con el ambiente.

Los productos como leche, manteca, huevos se deben refrigerar, para que se mantengan frescos hasta el momento de preparación.

**2. Transporte al área de mezclado:** Las materias primas requeridas (en cantidad) se transportan al área de mezclado o a las mesas de trabajos, según sea el caso.

**3. Pesar los ingredientes:** Al realizar esta operación, implica que se debe trabajar con una formula balanceada y precisa.

- 4. Proceso de Amasado:** Se procede a separar las claras y yemas de los huevos respectivamente. Los huevos deben ser frescos y estar a temperatura ambiente lo que permite incorporar mayor cantidad de aire durante el batido. Se bate la clara hasta obtener punto de nieve, consecuentemente se debe incorporar las yemas lentamente, y una por una. Poco a poco se agrega el azúcar y la sal en pequeñas proporciones y en forma de lluvia, se agrega la leche y el licor.

Más tarde se añade lentamente la harina, tomar la precaución de tamizarla primero para luego agregarla suavemente y evitar cualquier tipo de impurezas.

Se procede a mezclar uniformemente la masa de manera manual

- 5. Reposo de la masa:** Una vez realizado el primer amasado se deja en reposo aproximadamente 30 minutos.
- 6. Amasado Final:** Se procede a amasar la masa por última vez, hasta lograr un amasado totalmente uniforme y consistente.
- 7. Diseño de los Rosquetes:** Una vez que la masa esta lista se procede a realizar manualmente los rosquetes en forma circular y con un tamaño prudente, se debe tener en cuenta que el rosquete al momento de la cocción crece, por tanto no deberá perder su forma circular del centro.
- 8. Hervir el agua:** Paralelamente al diseño de los rosquetes se pone a hervir suficiente agua en un recipiente adecuado, el agua debe estar en punto de ebullición, y se introduce los rosquetes de masa y se espera su cocción.

Una forma de saber que el rosquete está cocido, es cuando este sube a la superficie del recipiente y se encuentra flotando.

**9. Secado:** Una vez que los rosquetes están cocidos se procede a sacarlos en un mantel de tela, y esperar hasta que se seque toda el agua. El mantel ayuda a la rápida absorción del líquido.

**10. Preparación de los Rosquetes en las latas:** Una vez que los rosquetes están totalmente secos, se los coloca en las latas, dándoles unos pequeños piquetes con un cuchillo, este proceso ayuda a una mejor bizcochización.

**11. Primer Horneado:** El horno debe ser preparado a altas temperaturas, se introduce las latas y se espera hasta que los rosquetes vayan tomando otro color.

En esta parte del proceso de los rosquetes, el calor transforma al producto con una textura dura y bizcochosa, a causa de una serie de reacciones debidas a la temperatura.

**12. Primer Enfriamiento:** Una vez que los rosquetes han sido horneados, se los saca a que se enfríen a temperatura ambiente, hasta que el horno tenga una temperatura media.

**13. Horneado Final:** Nuevamente se introducen los productos al horno a una temperatura media, este proceso permite la bizcochización total.

**14. Enfriamiento Final:** Se deja a los productos enfriarse a una temperatura ambiente, donde no haya humedad, por un tiempo considerable. El producto deberá estar completamente frio para el siguiente proceso.




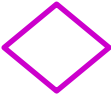




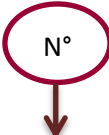
- 15. Transporte a mesa de trabajo:** Terminado de hornear, se transporta las bandejas con los rosquetes, utilizando el carro bandejero nuevamente a la mesa de trabajo.
- 16. Preparación del Almíbar:** Se mezcla un poco de agua tibia y azúcar, hasta lograr una consistencia agradable.
- 17. Untado de almíbar:** Se toma los rosquetes y se unta el almíbar en todo el producto.
- 18. Empapado en azúcar impalpable:** Inmediatamente después del untado de almíbar, se le pone azúcar impalpable en todo el producto, dejándolo totalmente cubierto.
- 19. Empaque:** Se procede a empacarlos en fundas plásticas, para que puedan conservar su textura, olor, sabor y propiedades. De este modo pueden ser colocados en las vitrinas.
- 20. Venta:** Una vez que el producto se encuentra empacado es llevado a las vitrinas, donde queda a exhibición de los clientes para ser adquiridos.



### 4.5.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

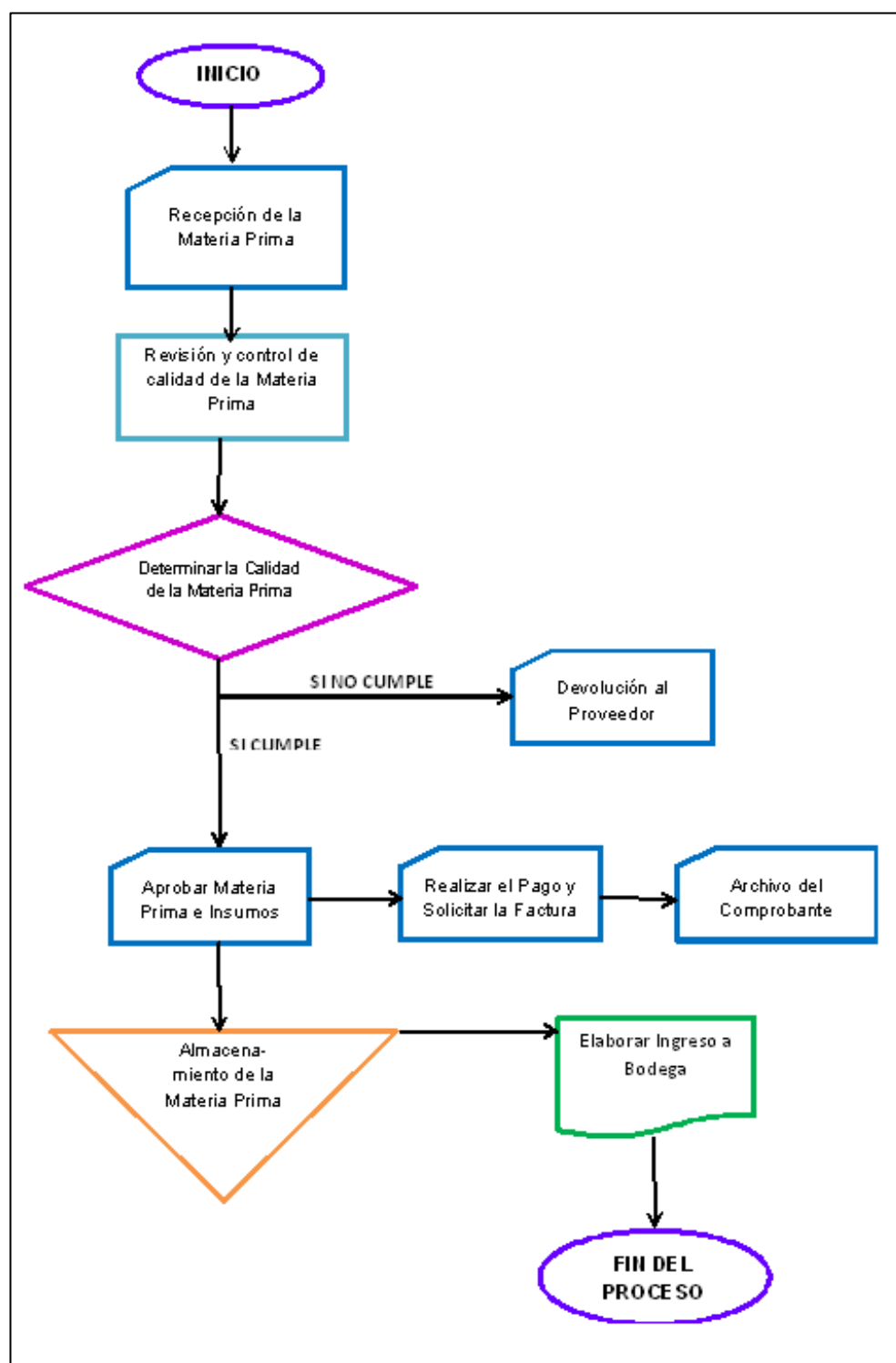
## FLUJOGRAMAS DE PROCESO DE LA RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA

**Gráfico N° 35: Simbología del Flujo grama de proceso de la Materia Prima**

	Inicio/Fin del proceso
	Inspección o revisión
	Almacenamiento
	Decisor
	Demora
	Documento
	Operación
	Transporte
	Conector

Fuente: Estudio Técnico  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Gráfico N° 36: Flujograma de procesos - Compra de materia prima**

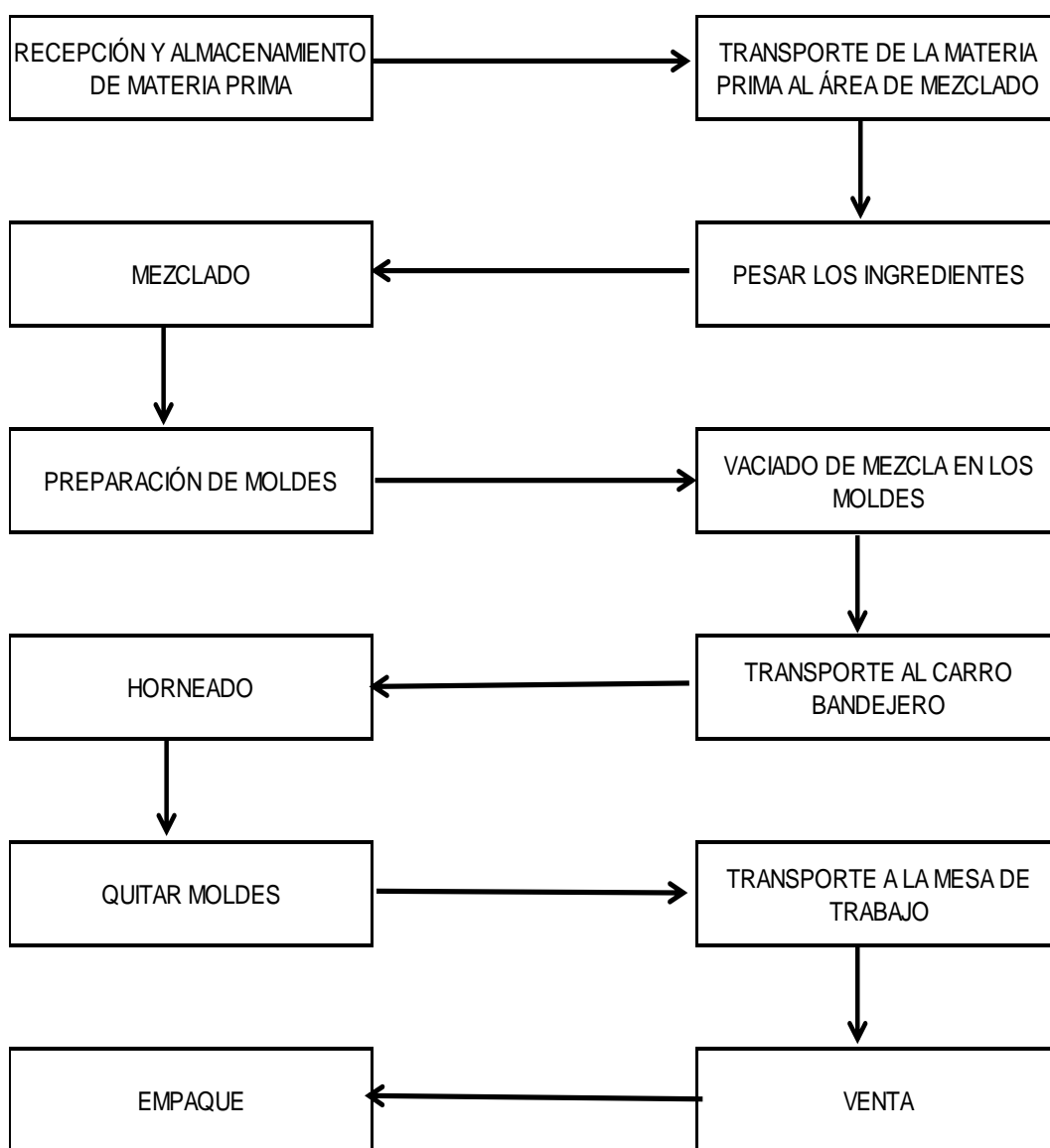


Fuente: Estudio Técnico  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

#### 4.5.4. DIAGRAMA DE BLOQUES DE PRODUCCIÓN

Diagrama de bloques del proceso de producción y comercialización de los Bizcochuelos

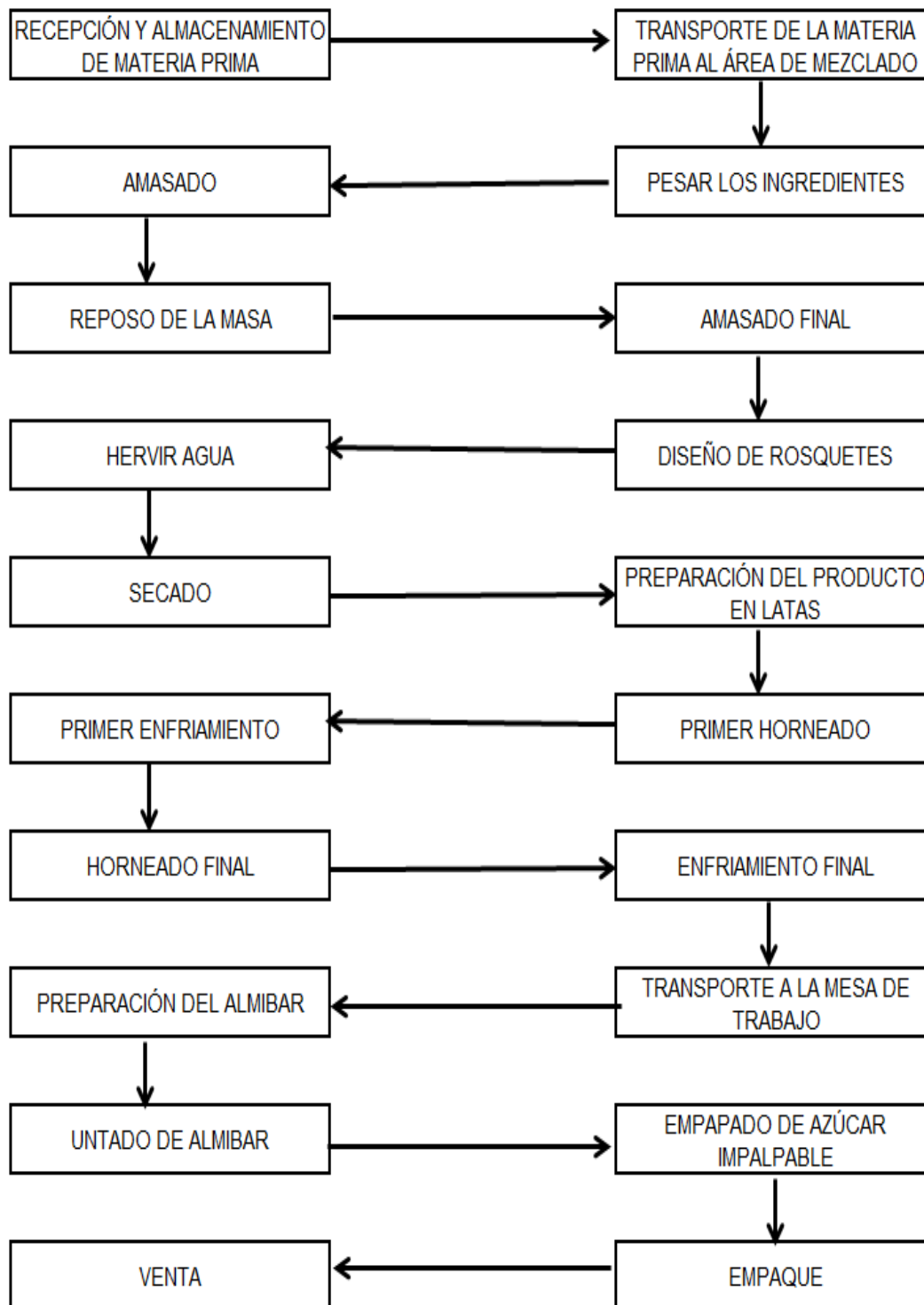
Gráfico N° 37 : Diagrama de Bloques – Bizcochuelos



Fuente: Estudio Técnico  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

## Diagrama de Bloques del proceso de producción y comercialización de los Rosquetes

**Gráfico N° 38: Diagrama de bloques - Rosquetes**



**Fuente:** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

#### 4.6. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto se determina por la capacidad instalada de producción que este tiene en un período operacional específico y se expresa en unidades de volumen, peso, número de unidades de productos elaborados por año, mes, día, etc.

##### 4.6.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA A CAPTAR EN EL PROYECTO

**Cuadro N° 33: Demanda Total a Captar de los dos productos  
Rosquetes Y Bizcochuelos**

AÑOS	BIZCOCHUELOS			ROSQUETES			DEMANDA A CAPTAR TOTAL
	DEMANDA INSATISFECHA	% A CAPTAR POR AÑO	DEMANDA A CAPTAR CON EL PROYECTO	DEMANDA INSATISFECHA	% A CAPTAR POR AÑO	DEMANDA A CAPTAR CON EL PROYECTO	
2.013	107.167	0,70	75.017	86.307	0,70	60.415	135.432
2.014	107.992	0,70	75.594	86.972	0,70	60.880	136.475
2.015	109.661	0,73	80.053	88.316	0,73	64.471	144.524
2.016	112.214	0,76	85.283	90.372	0,76	68.683	153.966
2.017	115.711	0,79	91.411	93.188	0,79	73.619	165.030
2.018	120.234	0,82	98.592	96.832	0,82	79.402	177.994

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

##### 4.6.2. CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA DE PRODUCCIÓN

Según información proporcionada por el Sr. Guillermo Prado, Maestro Panificador con años de experiencia, manifiesta que el equipo propuesto para el proyecto (horno industrial a gas) tiene una capacidad de Producción de 800 productos diarios por cada horno, entonces la capacidad instalada de producción sería de 800 productos que representan el 100%.

**Cuadro N° 34: Capacidad Instalada Vs. Capacidad Utilizada**

<b>VOLUMEN DE PRODUCCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
<b>Capacidad Instalada</b>					
en porcentaje	1	1	1	1	1
en unidades por día	800	800	800	800	800
en unidades por año	292.000	292.000	292.000	292.000	292.000
<b>Capacidad Utilizada</b>					
en porcentaje	0,67	0,71	0,76	0,81	0,88
en unidades por día	537	569	606	650	701
en unidades por año	136.475	144.524	153.966	165.030	177.994
% Pérdida en el Proceso	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Pérdida en el Proceso	1.365	1.445	1.540	1.650	1.780
Capacidad Utilizada Neta	135.110	143.079	152.426	163.380	176.214
<b>Productos para la Venta (bizcochuelos y rosquetes)</b>	<b>135.110</b>	<b>143.079</b>	<b>152.426</b>	<b>163.380</b>	<b>176.214</b>

Fuente: Estudio de Mercado y Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

## 4.7. TECNOLOGÍA

### 4.7.1. MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y equipo a utilizarse en el proceso productivo, podrá ser adquirida en el país, la maquinaria constituye un factor fundamental ya que aumenta el nivel de eficiencia en cada uno de los procesos productivos.

#### Batidora Industrial

La batidora BARI MIXER viene en su presentación reformada para América Latina, ascensor para una mejor manipulación,

el Voltaje mejorado de 220V a 110V la cual es manejable para la línea casera o pequeña industria.

Además cuenta con sus tres accesorios para el batido de masa de torta, masas de pan y mezcla de merengue.

**Gráfico N° 39: Batidora Industrial**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

Tipo	B20-GA
Mixer	20 LITROS
Poer supply	110 V
Input power	1500
Revoluciones del globo	548 rpm
Revoluciones de la paleta	376rpm
Revoluciones del gancho	208 rpm

## Cocina Industrial

**Gráfico N° 40: Cocina Industrial**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

## Horno Industrial A Gas

**Gráfico N° 41: Horno Industrial**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013



VENTAJAS	COCCIÓN - HORNO DE GAS NATURAL
<b>De uso</b>	Reducción de tiempo dedicado a alcanzar la temperatura de trabajo.
	La alta potencia del gas ofrece una cocción más rápida y flexible que la que ofrecen los sistemas eléctricos, a un menor precio.
	Combustión perfecta, ausencia de humos, olores y residuos. Los utensilios se mantienen siempre en perfecto estado.
	Facilidad de limpieza: puerta extraíble y paredes autolimpiantes que eliminan las posibles salpicaduras producidas durante la cocción.
	Facilidad de regulación desde la máxima potencia de cocción hasta la mínima.
	Reducción del tiempo de precalentado del horno y recuperación rápida de la temperatura interior tras la apertura de la puerta, evitando así alteraciones en el proceso de cocción.
<b>Económicas</b>	El coste del gas es inferior al de la electricidad, etc.

## Balanza

**Gráfico N° 42: Balanza**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

## Vitrinas

**Gráfico N° 43: Vitrinas**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

## VITRINA PARA PAN

### CARACTERÍSTICAS:

Una hermosa vitrina para pan

4 pisos

9 canastas para pan

2 lámparas

## Mesa De Trabajo En Acero Inoxidable Aisi 304l

**Gráfico N° 44: Mesa de Trabajo**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

**TAMAÑO:** 180X80X80

**DESCRIPCIÓN:** Mesa de Trabajo en Acero Inoxidable

La mesa de trabajo es tan indispensable, dada la necesidad de que se producirán rosquetes y bizcochuelos, y viendo la necesidad de que en la producción de los rosquetes se debe dejar reposar los productos, se necesitará de dos mesas metálicas.

## **Artesa**

La artesa es un recipiente cuya función principal es la de permitir amasar de manera manual, o colocar la masa una vez que esta se encuentre lista para la fabricación de los productos.

Tamaño: 180\*60\*80

**Gráfico N° 45: Artesa**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

## **Carro Bandejero Cb-24 Inox**

**Gráfico N° 46: Carro Bandejero**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

Alto: 1650mm

Ancho: 810mm

Fondo: 500mm

Peso: 30Kg

Construido íntegramente en acero inoxidable AISI 304.

Capacidad para 24 bandejas de autoservicio 45 cms de largo por 35 cms de ancho, 45.7 largo por 34 ancho.

Correderas soldadas a pilares de perfil tubular

Guía portabandejas de acero inoxidable de 1.5 mm. De espesor

Set de 4 ruedas

Pilares y marcos de perfil de acero inoxidable 30\*30 \*1 mm.

Producto Nacional.

### **Moldes Cilíndricos en Acero Inoxidable**

**Gráfico N° 47: Moldes en Acero Inoxidable**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

Los moldes en acero inoxidable son de difícil corrosión, además permite la limpieza más rápida después del proceso de horneado.

## Bandejas

**Gráfico N° 48: Bandejas**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

## Manga Pastelera

**Gráfico N° 49: Manga Pastelera**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

Una manga pastelera es una bolsita con forma cónica, hecha de tela o plástico. Es un utensilio utilizado tanto en panaderías como en

reposterías, para la elaboración de los productos, así también para la decoración sea el caso de los productos finales.

### **Cuchillos de Acero con el Mango de Madera**

**Gráfico N° 50: Cuchillos de Acero con el Mango de Madera**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

### **Jarras Plásticas**

**Gráfico N° 51: Jarras Plásticas**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

Es necesario de la utilización de jarras plásticas, las mismas que indiquen claramente el número de litros, a fin de facilitar la medida de líquidos exactos para el proceso productivo.

## **Espátulas**

**Gráfico N° 52: Espátulas**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

## **Uniformes para el personal operativo**

**Gráfico N° 53: Uniformes para el Personal Operativo**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

Es importante mantener la higiene de los productos, por lo tanto el maestro pastelero tendrá su respetivo uniforme de trabajo. El aseo y cuidado del uniforme será de su entera responsabilidad.



El uniforme consistirá en una camiseta, delantal y gorra, por presentación e imagen, estos instrumentos tendrán el respectivo logo de la empresa.

### **Manteles De Cocina**

**Gráfico N° 54: Manteles De Cocina**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

La higiene del personal y área de producción es muy importante, por lo tanto se tendrá manteles y toallas necesarias.

### **Ollas**

**Gráfico N° 55: Ollas**



**Fuente** Estudio Técnico  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

Las ollas son muy necesarias para la preparación de los rosquetes, las ollas serán de excelente calidad, de modo que garanticen durabilidad.

#### 4.8. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Los requerimientos que la empresa necesita para iniciar sus operaciones son las siguientes:

##### 4.8.1. ACTIVOS FIJOS

###### 4.8.1.1. TERRENO

El terreno va estar ubicado en la provincia del Carchi, en la parroquia La Paz, en el Barrio Norte, la propiedad tiene una extensión aproximada de 442 m<sup>2</sup>. Su valor comercial de \$1.600

###### 4.8.1.2. INFRAESTRUCTURA DE LA PLANTA

Se estima que la construcción de las instalaciones de la empresa según el Sr. Cristóbal Paspuel maestro en Construcciones, será de aproximadamente 120 USD el metro cuadrado, con una inversión total de 12.000 USD en 100 m<sup>2</sup>.

**Cuadro N° 35: Inversión actual e inversión a realizar**

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN ACTUAL			INVERSIÓN A REALIZAR			TOTAL
	Metros	Avalúo Catastral	TOTAL	Metros	Valor	TOTAL	
Terreno	442	3,62	1.600	0	0	0	<b>1.600</b>
Construcción	0	0	0	100	120	12.000	<b>12.000</b>
<b>SUMAN</b>			<b>1.600</b>			<b>12.000</b>	<b>13.600</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

#### 4.8.1.3. MAQUINARIA Y EQUIPO

La maquinaria y equipo son necesarios para el área de producción, previo un análisis entre varias casas proveedoras se ha llegado a la conclusión que la maquinaria será adquirida en el país, actualmente el Ecuador está logrando especializarse tecnológicamente a favor de los sectores productivos.

**Cuadro N° 36: Maquinaria y Equipo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Horno a Gas	1,00	1.500,00	1.500,00
Batidora Industrial	1,00	500,00	500,00
Cocina Industrial	1,00	120,00	120,00
Balanza	1,00	15,00	15,00
Vitrinas	2,00	150,00	300,00
Mesa de Trabajo en Acero Inoxidable	1,00	140,00	140,00
Artesa	1,00	150,00	150,00
Bandejas	14,00	10,00	140,00
Escabiladero	1,00	110,00	110,00
Nevera	1,00	600,00	600,00
Mostrador	1,00	170,00	170,00
Moldes	280,00	0,90	252,00
Ollas	2,00	12,00	24,00
<b>TOTAL</b>		<b>3.477,90</b>	<b>4.021,00</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 37: Equipo de apoyo o menaje**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Espátulas	2	2,50	5,00
Cuchillos	2	1,25	2,50
Jarras plásticas	3	1,50	4,50
Tinas Plásticas	4	2,25	9,00
Manga Pastelera	6	2,00	12,00
Demás menaje	1	15,00	15,00
<b>TOTAL</b>		<b>24,5</b>	<b>48,00</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

#### 4.8.1.4. MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres son aquellos bienes que proporcionan comodidad a quienes los utilizan, considerando que es una empresa nueva se requieren lo más básico.

**Cuadro N° 38: Muebles y Enseres**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	2	100,00	200,00
Silla giratoria	2	40,00	80,00
Sillas	14	5,00	70,00
Archivador	1	70,00	70,00
Vestidores	1	50,00	50,00
Mesas	3	12,00	36,00
<b>TOTAL</b>		<b>277,00</b>	<b>506,00</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

#### 4.8.1.5. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

El manejo de equipos de computación hoy en día se ha vuelto tan indispensable para las empresas, ya que disminuyen tiempos, costos, y mejoran la eficiencia de las operaciones en las diferentes áreas.

**Cuadro N° 39: Equipos de Computación**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	1	600,00	600,00
Impresora Multifuncional	1	180,00	180,00
<b>TOTAL</b>		<b>780,00</b>	<b>780,00</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

#### 4.8.2. RESUMEN DE LAS INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

**Cuadro N° 40: Resumen de las Inversiones en Activos Fijos**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	1.600,00
Edificio	12.000,00
Maquinaria y Equipo	4.021,00
Equipo de Apoyo o Menaje	48,00
Muebles y Enceres	506,00
Equipo de Computación	780,00
<b>TOTAL</b>	<b>18.955,00</b>

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

#### 4.9. CAPITAL DE TRABAJO

##### 4.9.1. MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima directa está en función de los productos a elaborarse cada año, es decir a mayor volumen de producción mayor será la materia prima a utilizarse.

Por efectos de cálculo se ha tomado en cuenta la tasa de inflación actual de 3, 82% proporcionada por el Banco Central a la presente fecha para las respectivas proyecciones de cada año.

El capital de trabajo se presupuestado para un mes respectivamente.

**Cuadro N° 41: Costo de la materia prima directa de los bizcochuelos**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Harina	450,10	470,89	517,71	572,61	637,20	713,51
Almidón de Achira	625,14	654,02	719,05	795,29	885,00	990,98
Huevos	2.500,56	2.616,07	2.876,19	3.181,14	3.540,00	3.963,94
Azúcar	450,10	470,89	517,71	572,61	637,20	713,51
<b>TOTAL</b>	<b>4.025,90</b>	<b>4.211,87</b>	<b>4.630,67</b>	<b>5.121,64</b>	<b>5.699,39</b>	<b>6.381,94</b>
<b>MPD MENSUAL</b>		<b>350,99</b>				

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

**Cuadro N°42: Costo de la materia prima directa de los rosquetes**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Harina	543,74	568,85	625,42	691,73	769,76	861,94
Huevos	1.510,38	1.580,15	1.737,27	1.921,46	2.138,22	2.394,28
Azúcar Impalpable	1.585,90	1.659,16	1.824,13	2.017,54	2.245,13	2.514,00
Leche	158,59	165,92	182,41	201,75	224,51	251,40
<b>TOTAL</b>	<b>3.798,60</b>	<b>3.974,08</b>	<b>4.369,23</b>	<b>4.832,48</b>	<b>5.377,61</b>	<b>6.021,63</b>
<b>MPD MENSUAL</b>		331,17				

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

#### 4.9.2. MANO DE OBRA DIRECTA

Para el cálculo de la mano de obra se utiliza una tasa promedio del 9.72% para las respectivas proyecciones de mano de obra directa y demás personal administrativas y de ventas.

**Cuadro N°43: Tasa de proyección de sueldos**

AÑO	SUELDO BÁSICO UNIFICADO	TASA DE VARIACIÓN
2008	200	
2009	218	1.0900
2010	240	1.1009
2011	264	1.1000
2012	292	1.1061
2013	318	1.0890
TOTAL		<b>5.4860</b>
PROMEDIO		<b>1.0972</b>

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

Tasa de Proyección de Sueldos =  $1.0972 - 1 = 0.0972$

Tasa de Proyección de Sueldos =  $0.0972 * 100$

Tasa de Proyección de Sueldos = 9.72%

**Cuadro N°44: Costo de la mano de obra directa anual**

DETALLE	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Maestros de Pastelería	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
SUELDO MENSUAL	318,00	348,91	382,82	420,03	460,86	505,66
SUELDO ANUAL	3.816,00	4.186,92	4.593,88	5.040,41	5.530,34	6.067,89
<b>TOTAL SALARIO UNIFICADO</b>	<b>3.816,00</b>	<b>4.186,92</b>	<b>4.593,88</b>	<b>5.040,41</b>	<b>5.530,34</b>	<b>6.067,89</b>
Aporte Patronal 12,15%	463,64	508,71	558,16	612,41	671,94	737,25
13 Sueldo	318,00	348,91	382,82	420,03	460,86	505,66
14 Sueldo	318,00	348,91	382,82	420,03	460,86	505,66
Fondos de Reserva			382,82	420,03	460,86	505,66
<b>TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA</b>	<b>4.915,64</b>	<b>5.393,44</b>	<b>6.300,51</b>	<b>6.912,92</b>	<b>7.584,86</b>	<b>8.322,10</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>449,45</b>				

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

#### 4.9.3. GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

**Cuadro N° 45: Requerimiento de materia prima indirecta de los bizcochuelos**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Polvo de Hornear	137,53	143,88	158,19	174,96	194,70	218,02
Esencia de Hinojo	62,51	65,40	71,90	79,53	88,50	99,10
Limón	62,51	65,40	71,90	79,53	88,50	99,10
<b>TOTAL</b>	<b>262,56</b>	<b>274,69</b>	<b>302,00</b>	<b>334,02</b>	<b>371,70</b>	<b>416,21</b>
<b>MPI MENSUAL</b>		<b>22,89</b>				

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 46: Requerimiento de materia prima indirecta de los  
rosquetes**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sal	5,29	5,53	6,08	6,73	7,48	8,38
Azúcar	5,44	5,69	6,25	6,92	7,70	8,62
Alcohol	18,88	19,75	21,72	24,02	26,73	29,93
<b>TOTAL</b>	<b>29,60</b>	<b>30,97</b>	<b>34,05</b>	<b>37,66</b>	<b>41,91</b>	<b>46,93</b>
<b>MPI MENSUAL</b>		<b>2,58</b>				

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 47: Otros Costos Indirectos de Fabricación**

DETALLE	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Gasto Depreciación		589,42	589,42	589,42	589,42	589,42
Empaque	150,00	155,73	161,68	167,86	174,27	180,92
Fundas Plásticas	150,00	155,73	161,68	167,86	174,27	180,92
Energía Eléctrica	180,00	186,88	194,01	201,43	209,12	217,11
Agua Potable	160,00	166,11	172,46	179,05	185,88	192,99
Mantenimiento Maquinaria	80,00	83,06	86,23	89,52	92,94	96,49
Uniformes del Personal	20,00	20,76	21,56	22,38	23,24	24,12
<b>TOTAL</b>	<b>740,00</b>	<b>1.357,69</b>	<b>1.387,03</b>	<b>1.417,50</b>	<b>1.449,14</b>	<b>1.481,98</b>
<b>MOD MENSUAL</b>		<b>113,14</b>				

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

#### **4.9.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

En mayo de 2008, con la aprobación del **Mandato 8**, se eliminó la **tercerización laboral** y el contrato por horas, y se estableció que la relación laboral entre empleador y empleado debe ser directa y bilateral. Esto limitó las formas de contratación en las empresas pues se establecieron figuras como el contrato a plazo fijo y por **jornada parcial**, además de la prestación de servicios complementarios y los contratos de servicios técnicos especializados.



El 29 de diciembre del 2010, con la aprobación del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se abrió una nueva modalidad, el contrato eventual discontinuo, dando mayor flexibilidad a los trabajadores. El mecanismo de contrato eventual se podía utilizar antes para reemplazar a una persona por licencia, por maternidad o por una mayor demanda de trabajo en épocas específicas. Este podía durar hasta 180 días por un año, de forma continua. Con el Código, se crea el contrato eventual discontinuo, en el que se puede contratar hasta por los mismos 180 días, pero en diferentes períodos de tiempo.

**Cuadro N° 48: Costos de la Mano de Obra – Administración**

DETALLE	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1 Gerente	380,00	416,94	457,46	501,93	550,71	604,24
1 Contador	160,00	175,55	192,62	211,34	231,88	254,42
SUELDO MENSUAL	540,00	592,49	650,08	713,27	782,59	858,66
SUELDO ANUAL	6.480,00	7.109,86	7.800,93	8.559,18	9.391,14	10.303,96
<b>TOTAL SALARIO UNIFICADO</b>	<b>6.480,00</b>	<b>7.109,86</b>	<b>7.800,93</b>	<b>8.559,18</b>	<b>9.391,14</b>	<b>10.303,96</b>
Aporte Patronal 12,15%	787,32	863,85	947,81	1.039,94	1.141,02	1.251,93
13 Sueldo	540,00	592,49	650,08	713,27	782,59	858,66
14 Sueldo	540,00	592,49	650,08	713,27	782,59	858,66
Fondos de Reserva			650,08	713,27	782,59	858,66
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>8.347,32</b>	<b>9.158,68</b>	<b>10.698,98</b>	<b>11.738,92</b>	<b>12.879,95</b>	<b>14.131,88</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>763,22</b>				

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 49: Suministros y Materiales de Oficina**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sumadora	20,00	20,76	21,56	22,38	23,24	24,12
Perforadora	2,50	2,60	2,69	2,80	2,90	3,02
Grapadora	2,50	2,60	2,69	2,80	2,90	3,02
Papel resma	21,00	21,80	22,64	23,50	24,40	25,33
Carpetas	5,00	5,19	5,39	5,60	5,81	6,03
Esferográfico	8,00	8,31	8,62	8,95	9,29	9,65
Tinta impresora	20,00	20,76	21,56	22,38	23,24	24,12
Cuadernos	6,00	6,23	6,47	6,71	6,97	7,24
Lápiz	8,00	8,31	8,62	8,95	9,29	9,65
Borrador	5,00	5,19	5,39	5,60	5,81	6,03
Basureros	5,00	5,19	5,39	5,60	5,81	6,03
Marcadores	4,00	4,15	4,31	4,48	4,65	4,82
CDs	5,00	5,19	5,39	5,60	5,81	6,03
Libretines (factureros)	15,00	15,57	16,17	16,79	17,43	18,09
<b>TOTAL</b>	<b>127,00</b>	<b>131,85</b>	<b>136,89</b>	<b>142,12</b>	<b>147,55</b>	<b>153,18</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>10,99</b>				

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

### Activos Diferidos

Los activos diferidos son un conjunto de gastos en los que hay que incurrir de forma obligatoria para crear una empresa desde cero, los gastos de constitución son considerados gastos administrativos, para el primer año.

**Cuadro N° 50: Activos Diferidos**

DETALLE	VALOR
Estudio de Factibilidad	350,00
Gastos de Constitución	250,00
Gastos de Instalación	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>650,00</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>650,00</b>

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 51: Otros Gastos de Administración**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Gasto Depreciación		433,49	433,49	433,49	470,16	470,16
Luz Eléctrica	90,00	93,44	97,01	100,71	104,56	108,55
Agua Potable	80,00	83,06	86,23	89,52	92,94	96,49
Teléfono	96,00	99,67	103,47	107,43	111,53	115,79
Internet	252,00	261,63	271,62	282,00	292,77	303,95
Suministros de Aseo y Limpieza	25,00	25,96	26,95	27,98	29,04	30,15
Otros	5,00	5,19	5,39	5,60	5,81	6,03
<b>TOTAL</b>	<b>548,00</b>	<b>1.002,43</b>	<b>1.024,16</b>	<b>1.046,72</b>	<b>1.106,81</b>	<b>1.131,13</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>83,54</b>				

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

## RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Para establecer el valor total mensual de los gastos administrativos se suma cada rubro anterior respectivamente.

**Cuadro N° 52: Resumen Gastos Administrativos**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sueldos Administrativos	8.347,32	9.158,68	10.698,98	11.738,92	12.879,95	14.131,88
Suministros de Oficina	127,00	131,85	136,89	142,12	147,55	153,18
Otros Gastos Generales de Administración	548,00	1.002,43	1.024,16	1.046,72	1.106,81	1.131,13
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		650,00				
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>9.022,32</b>	<b>10.942,96</b>	<b>11.860,03</b>	<b>12.927,76</b>	<b>14.134,31</b>	<b>15.416,19</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>1.507,75</b>				

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

#### 4.9.5. GASTOS DE VENTAS

**Cuadro N° 53: Costos de la Mano de Obra del Personal de Ventas**

DETALLE	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
1 Vendedora	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
SUELDO MENSUAL	318,00	348,97	382,96	420,26	461,20	506,12
SUELDO ANUAL	3.816,00	4.187,68	4.595,56	5.043,17	5.534,37	6.073,42
<b>TOTAL SALARIO UNIFICADO</b>	<b>3.816,00</b>	<b>4.187,68</b>	<b>4.595,56</b>	<b>5.043,17</b>	<b>5.534,37</b>	<b>6.073,42</b>
Aporte Patronal 12,15%	463,64	508,80	558,36	612,74	672,43	737,92
13 Sueldo	318,00	348,97	382,96	420,26	461,20	506,12
14 Sueldo	318,00	348,97	382,96	420,26	461,20	506,12
Fondos de Reserva			382,96	420,26	461,20	506,12
<b>TOTAL SUELDOS DE VENTAS</b>	<b>4.915,64</b>	<b>5.394,43</b>	<b>6.302,81</b>	<b>6.916,70</b>	<b>7.590,39</b>	<b>8.329,69</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>449,54</b>				

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 54: Otros gastos de ventas**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Gasto Depreciación		217,59	217,59	217,59	217,59	217,59
Luz Eléctrica	110,00	114,20	118,56	123,09	127,80	132,68
Agua Potable	40,00	41,53	43,11	44,76	46,47	48,25
Gasto Publicidad	200,00	207,64	215,57	223,81	232,36	241,23
Gasto Transporte y Movilización	80,00	83,06	86,23	89,52	92,94	96,49
Otros	5,00	5,19	5,39	5,60	5,81	6,03
<b>TOTAL</b>	<b>435,00</b>	<b>669,21</b>	<b>686,46</b>	<b>704,37</b>	<b>722,96</b>	<b>742,27</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>55,77</b>				

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

## RESUMEN GASTOS DE VENTAS

**Cuadro N° 55: Resumen Gastos de Ventas**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sueldos de Ventas	4.915,64	5.394,43	6.302,81	6.916,70	7.590,39	8.329,69
Gastos de Ventas	435,00	669,21	686,46	704,37	722,96	742,27
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>5.350,64</b>	<b>6.063,63</b>	<b>6.989,27</b>	<b>7.621,07</b>	<b>8.313,35</b>	<b>9.071,96</b>
<b>VALOR MENSUAL</b>		<b>505,30</b>				

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

### 4.9.6. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

**Cuadro N° 56: Inversión del Proyecto**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Terreno	1.600,00
Infraestructura	12.000,00
Maquinaria y Equipo	4.021,00
Equipo de Apoyo o Menaje	48,00
Muebles y Enseres	506,00
Equipo de Computación	780,00
<b>TOTAL</b>	<b>18.955,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Materia Prima Directa	682,16
Mano de Obra Directa	449,45
Gastos Indirectos de Fabricación	
Materia Prima Indirecta	25,47
Otros Gastos de Fabricación	113,14
Gastos Administrativos	1.507,75
Gastos de Ventas	505,30
<b>TOTAL</b>	<b>3.283,28</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>22.238,28</b>

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

#### 4.9.7. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

**Cuadro N° 57: Resumen de la Inversión**

DESCRIPCIÓN	TOTAL	%
Activos Fijos	18.955,00	0,85
Capital de Trabajo	3.283,28	0,15
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>22.238,28</b>	<b>1,00</b>

**Fuente** Estudio Financiero

**Elaboración:** La Autora

**Año de Investigación:** 2013

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. PRESENTACIÓN

Al analizar la existencia de un mercado potencial al cual ofrecer el producto, y al existir facilidades para el desarrollo del proyecto, el estudio financiero busca establecer el monto necesario de recursos económicos, el costo total de operación e indicadores que servirán de base para la evaluación financiera del proyecto.

El estudio financiero tiene como fin ordenar la información que es obtenida de los capítulos anteriores como es la inversión, costos e ingresos.

Además, en el estudio financiero se comprobará que con los recursos que se dispone se puede ejecutar el proyecto.

#### 5.2. NECESIDAD DEL CAPITAL

**Cuadro N° 58: Inversión total**

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO		
DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
INVERSIÓN PROPIA	15.566,79	0,70
INVERSIÓN FINANCIADA	6.671,48	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>22.238,28</b>	<b>1,00</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Fuente de Investigación:** Página oficial del BNF y por parte del Ing. Diego Fernando Yépez (Asesor de Crédito – Sucursal San Gabriel)

Al ser una empresa nueva que inicia en el mercado tiene la necesidad de recurrir a una financiación por parte de una entidad legal, en este caso la empresa pedirá un Crédito Productivo para Producción, Comercio y Servicios en el Banco Nacional de Fomento.

- Préstamo destinado a todas las personas naturales o jurídicas, vinculadas con la actividad de producción, comercio y servicios en Ecuador
- Este crédito cubre los siguientes sectores: Agrícola, Forestal, Pecuario, Pesca y Pesca Artesanal, Pequeña Industria (Artesanía, Turismo, Comercio y Servicio)
- Porcentaje máximo de financiamiento: 80% con excepciones
- Montos de préstamo: Desde U\$S 500 hasta U\$S 300.000.
- La garantía puede ser Quirografaria (Personal), Prendaria o Hipotecaria.

#### **Requisitos para acceder a un crédito:**

El BNF (Banco Nacional de Fomento) hace honor a su nombre a través de las líneas de crédito que fomentan y dan sustento a las iniciativas empresariales y personales de los ecuatorianos. Bajo la cobertura de los créditos productivos, el BNF ha dispuesto una estructura de créditos favorables, cuyo acceso está abierto a aquellas personas que cumplan con algunos requerimientos simples.

- Información personal, incluidos los domicilios anteriores, los nombres utilizados, antecedentes penales, antecedentes educativos, del solicitante.
- Solicitud de crédito debidamente llenada y firmada por el solicitante.
- Fotocopia legible reciente de cédula de identidad (vigente) del representante legal de la empresa
- Fotocopia legible reciente del certificado de votación (vigente) del representante legal de la empresa.



- Garantías (Quirografaria, prendaria e hipotecaria)
- Estatuto de la empresa
- Ubicación de la nueva empresa
- Presentación de un Plan de Negocio, el cual debe incluir un conjunto completo de estados financieros proyectados, incluyendo pérdidas y ganancias, flujo de caja y un balance general.
- Actas del organismo administrativo competente mediante las cuales se faculta al representante legal para contraer el endeudamiento.
- Licencias y registros necesarios para operar el negocio
- Cotizaciones o avalúos de los bienes o servicios en los cuales se proyecta hacer la inversión del crédito.

### 5.3. CONDICIONES DEL CRÉDITO

Banco Nacional de Fomento será el encargado de la Financiación para tal efecto las condiciones son las siguientes:

Monto: 6.671,48 dólares

Plazo: 5 años

Tasa de Interés: 11,20%

Cuota: Trimestral

**Cuadro N° 59: Condiciones de la deuda con el BNF**

<b>MONTO</b>	6.671,48
<b>PLAZO</b>	5,00
<b>PAGOS TRIMESTRALES</b>	4,00
<b>TASA</b>	0,11

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

### 5.3.1. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

**Cuadro N° 60: Amortización de la deuda**

PERIODOS	CUOTA	CAPITAL	INTERES	SALDO
1	440,18	253,38	186,80	6.671,48
2	440,18	260,47	179,71	6.418,11
3	440,18	267,77	172,41	6.157,64
4	440,18	275,26	164,92	5.889,87
<b>AÑO 1</b>	<b>1.760,71</b>	<b>1.056,87</b>	<b>703,84</b>	
5	440,18	282,97	157,21	5.331,64
6	440,18	290,89	149,29	5.040,76
7	440,18	299,04	141,14	4.741,72
8	440,18	307,41	132,77	4.434,31
<b>AÑO 2</b>	<b>1.760,71</b>	<b>1.180,30</b>	<b>580,41</b>	
9	440,18	316,02	124,16	4.118,29
10	440,18	324,87	115,31	3.793,43
11	440,18	333,96	106,22	3.459,47
12	440,18	343,31	96,87	3.116,16
<b>AÑO 3</b>	<b>1.760,71</b>	<b>1.318,15</b>	<b>442,56</b>	
13	440,18	352,93	87,25	2.763,23
14	440,18	362,81	77,37	2.400,43
15	440,18	372,97	67,21	2.027,46
16	440,18	383,41	56,77	1.644,05
<b>AÑO 4</b>	<b>1.760,71</b>	<b>1.472,11</b>	<b>288,60</b>	
17	440,18	394,15	46,03	1.249,90
18	440,18	405,18	35,00	844,73
19	440,18	416,53	23,65	428,19
20	440,18	428,19	11,99	0,00
<b>AÑO 5</b>	<b>1.760,71</b>	<b>1.644,04</b>	<b>116,67</b>	
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>8.803,55</b>	<b>6.671,47</b>	<b>2.132,08</b>	

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

### 5.3.2. RESUMEN DE LA AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

**Cuadro N° 61: Resumen de la amortización de la deuda en años**

AÑO	CAPITAL	INTERÉS
AÑO 2014	1.056,87	703,84
AÑO 2015	1.180,30	580,41
AÑO 2016	1.318,15	442,56
AÑO 2017	1.472,11	288,60
AÑO 2018	1.644,04	116,67
<b>TOTAL</b>	<b>6.671,47</b>	<b>2.132,08</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

#### 5.4. MÉTODO DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

El método de depreciación a utilizarse es el método de Línea Recta

$$\text{MÉTODO DE LÍNEA RECTA} = \frac{\text{VALOR ACTUAL} - \text{VALOR DE RESCATE}}{\text{AÑOS DE VIDA ÚTIL}}$$

Para el efecto la empresa no considerará un valor de rescate sobre el valor actual de los activos.

**Cuadro N° 62: Años de vida útil de los activos fijos**

DESCRIPCIÓN	AÑOS DE VIDA UTIL
EDIFICIO	20
MAQUINARIA Y EQUIPO	10
EQUIPO DE APOYO O MENAJE	10
MUEBLES Y ENSERES	10
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	3

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

##### 5.4.1. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

**Cuadro N° 63: Depreciación de activos fijos – Método de Línea Recta**

DESCRIPCIÓN	VALOR	0% VALOR DE RESCATE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>DEPRECIACIÓN EDIFICIO</b>							
Edificio	12.000,00	0,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>12.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>
<b>DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO</b>							
Horno a Gas	1.500,00	0,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00

Batidora Industrial	500,00	0,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Cocina Industrial	120,00	0,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Balanza	15,00	0,00	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
Vitrinas	300,00	0,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Mesa de Trabajo en Acero Inoxidable	140,00	0,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
Artesa	150,00	0,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Bandejas	140,00	0,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
Escabiladero	110,00	0,00	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
Moldes	252,00	0,00	25,20	25,20	25,20	25,20	25,20
Ollas	24,00	0,00	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3.251,00</b>	<b>0,00</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>
<b>EQUIPO DE APOYO O MENAJE</b>							
Espátulas	5,00	0,00	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Cuchillos	2,50	0,00	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Jarras plásticas	4,50	0,00	0,45	0,45	0,45	0,45	0,45
Tinas Plásticas	9,00	0,00	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90
Manga Pastelera	12,00	0,00	1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
Demás menaje	15,00	0,00	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
<b>SUBTOTAL</b>	<b>48,00</b>	<b>0,00</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>							
Escritorio	200,00	0,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Silla giratoria	80,00	0,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Sillas	70,00	0,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Archivador	70,00	0,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Vestidores	50,00	0,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Mesas	36,00	0,00	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60
<b>SUBTOTAL</b>	<b>506,00</b>	<b>0,00</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>							
Computadora	600,00	0,00	200,00	200,00	200,00		
Impresora Multifuncional	180,00	0,00	60,00	60,00	60,00		
<b>Reinversión</b>							
Computadora	700,00	0,00				233,33	233,33
Impresora Multifuncional	190,00	0,00				63,33	63,33
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.670,00</b>	<b>0,00</b>	<b>260,00</b>	<b>260,00</b>	<b>260,00</b>	<b>296,67</b>	<b>296,67</b>
<b>TOTAL GASTO DEPRECIACIONES</b>	<b>17.475,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1.240,50</b>	<b>1.240,50</b>	<b>1.240,50</b>	<b>1.277,17</b>	<b>1.277,17</b>

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

En el año 4, específicamente en el 2017 se realiza la reinversión del equipo de computación por \$700 y de la impresora multifuncional por \$190.

**Cuadro N° 64: Distribución de la depreciación de activos fijos por departamentos**

DETALLE	% DE DEPRECIACION POR DEPARTAMENTOS	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
<b>EDIFICIO</b>						
Administración	0,22	132,00	132,00	132,00	132,00	132,00
Producción	0,43	258,00	258,00	258,00	258,00	258,00
Ventas	0,35	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>	<b>600,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>						
Administración	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Producción	1,00	325,10	325,10	325,10	325,10	325,10
Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>	<b>325,10</b>
<b>EQUIPO DE APOYO O MENAJE</b>						
Administración	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Producción	1,00	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80
Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>	<b>4,80</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>						
Administración	0,82	41,49	41,49	41,49	41,49	41,49
Producción	0,03	1,52	1,52	1,52	1,52	1,52
Ventas	0,15	7,59	7,59	7,59	7,59	7,59
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>	<b>50,60</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>						
Administración	1,00	260,00	260,00	260,00	296,67	296,67
Producción	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>260,00</b>	<b>260,00</b>	<b>260,00</b>	<b>296,67</b>	<b>296,67</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

Se cree necesaria la distribución de la depreciación de los activos fijos por departamentos, para establecer con precisión su valor a cada uno de ellos.

**Cuadro N° 65: Total depreciación de activos fijos por departamentos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
EDIFICIO	132,00	132,00	132,00	132,00	132,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EQUIPO DE APOYO O MENAJE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MUEBLES Y ENSERES	41,49	41,49	41,49	41,49	41,49
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	260,00	260,00	260,00	296,67	296,67
<b>TOTAL</b>	<b>433,49</b>	<b>433,49</b>	<b>433,49</b>	<b>470,16</b>	<b>470,16</b>
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
<b>EDIFICIO</b>	258,00	258,00	258,00	258,00	258,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	325,10	325,10	325,10	325,10	325,10
EQUIPO DE APOYO O MENAJE	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80
MUEBLES Y ENSERES	1,52	1,52	1,52	1,52	1,52
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>589,42</b>	<b>589,42</b>	<b>589,42</b>	<b>589,42</b>	<b>589,42</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
<b>EDIFICIO</b>	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EQUIPO DE APOYO O MENAJE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MUEBLES Y ENSERES	7,59	7,59	7,59	7,59	7,59
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>217,59</b>	<b>217,59</b>	<b>217,59</b>	<b>217,59</b>	<b>217,59</b>
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>	<b>1.240,50</b>	<b>1.240,50</b>	<b>1.240,50</b>	<b>1.277,17</b>	<b>1.277,17</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

## 5.5. PROYECCIÓN DE INGRESOS

**Cuadro N° 66: Ingresos bizcochuelos**

BIZCOCHUELOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
CANTIDAD	75.594	80.053	85.283	91.411	98.592
PRECIO	0,33	0,34	0,36	0,37	0,38
TOTAL VENTAS BIZCOCHUELOS	24.946,14	27.426,59	30.334,53	33.756,46	37.799,06

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 67: Ingresos rosquetes**

ROSQUETES					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
CANTIDAD	60.880	64.471	68.683	73.619	79.402
PRECIO	0,34	0,35	0,37	0,38	0,40
TOTAL VENTAS ROSQUETES	20.699,32	22.757,49	25.170,39	28.009,77	31.364,16

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

### 5.5.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS TOTAL

**Cuadro N° 68: Ingresos totales**

PROYECCION DE VENTAS TOTAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
BIZCOCHUELOS	24.946,14	27.426,59	30.334,53	33.756,46	37.799,06
ROSQUETES	20.699,32	22.757,49	25.170,39	28.009,77	31.364,16
TOTAL	45.645,46	50.184,08	55.504,93	61.766,23	69.163,21

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

## 5.6. PROYECCIÓN DE EGRESOS

**Cuadro N° 69: Egresos bizcochuelos**

BIZCOCHUELO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
MPD	4.211,87	4.630,67	5.121,64	5.699,39	6.381,94
MPI	274,69	302,00	334,02	371,70	416,21
MOD	2.987,47	3.489,90	3.829,12	4.201,31	4.609,68
MOI					
GGF	752,03	768,29	785,17	802,69	820,88
GA	6.061,39	6.569,36	7.160,78	7.829,10	8.539,14
GV	3.358,69	3.871,41	4.221,37	4.604,83	5.025,03
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>17.646,14</b>	<b>19.631,62</b>	<b>21.452,10</b>	<b>23.509,01</b>	<b>25.792,88</b>
<b>CANTIDAD PRODUCIDA</b>	<b>75.594</b>	<b>80.053</b>	<b>85.283</b>	<b>91.411</b>	<b>98.592</b>
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>0,23</b>	<b>0,25</b>	<b>0,25</b>	<b>0,26</b>	<b>0,26</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 70: Egresos Rosquetes**

ROSQUETE					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
MPD	3.974,08	4.369,23	4.832,48	5.377,61	6.021,63
MPI	30,97	34,05	37,66	41,91	46,93
MOD	2.405,98	2.810,61	3.083,80	3.383,55	3.712,43
MOI					
GGF	605,65	618,75	632,34	646,45	661,10
GA	4.881,57	5.290,67	5.766,98	6.305,21	6.877,05
GV	2.704,94	3.117,86	3.399,70	3.708,52	4.046,93
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>14.603,19</b>	<b>16.241,16</b>	<b>17.752,96</b>	<b>19.463,25</b>	<b>21.366,06</b>
<b>CANTIDAD PRODUCIDA</b>	<b>60.880</b>	<b>64.471</b>	<b>68.683</b>	<b>73.619</b>	<b>79.402</b>
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>0,24</b>	<b>0,25</b>	<b>0,26</b>	<b>0,26</b>	<b>0,27</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013



## 5.7. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

**Cuadro N° 71: Tasa de Ponderación**

COSTO DE CAPITAL O DE OPORTUNIDAD				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	15.566,79	0,70	0,0500	3,50
INVERSIÓN FINANCIADA	6.671,48	0,30	0,1120	3,36
<b>TOTAL</b>	<b>22.238,28</b>	<b>1,00</b>	<b>0,16</b>	<b>6,86</b>

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

## 5.8. DETERMINACIÓN DE LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

**Inflación = 3,82%**

**Costo de Capital = 6,86%**

**Cuadro N° 72: Tasa de Rendimiento Medio**

DETERMINACIÓN DE LA TASA DE RENDIMIENTO MEDIO		
$TRM = (1 + CK) (1 + INF) - 1$		
$TRM = (1 + 0,0686)(1 + 0,0382) - 1$	<b>0,1094</b>	ES LA RENTABILIDAD MÍNIMA DEL PROYECTO EN CONDICIONES REALES

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

## 5.9. ESTADOS FINANCIEROS

### 5.9.1. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL PROYECTADO

**LA CASA DEL ROSQUETE Y BIZCOCHUELO**  
**BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**  
**AL 01 DE ENERO DEL XXXX**

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		OBLIGACIONES DE LARGO PLAZO	
LIBRE DISPONIBILIDAD		LARGO PLAZO	
Bancos	3.283,28	Deuda por Pagar	6.671,48
<b>TOTAL</b>	<b>3.283,28</b>	<b>TOTAL</b>	<b>6.671,48</b>
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Edificio	12.000,00		
Maquinaria y Equipo	4.021,00		
Equipo de Apoyo o Menaje	48,00		
Muebles y Enseres	506,00		
Equipo de Computación	780,00		
Terreno	1.600,00	Aporte Propio	15.566,79
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>18.955,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>15.566,79</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>22.238,28</b>

## 5.9.2. BALANCE DE RESULTADOS PROYECTADO

**Cuadro N° 73: Balance de Resultados**

LA CASA DEL ROSQUETE Y BIZCOCHUELO  
BALANCE DE RESULTADOS  
AL 31 DE DICIEMBRE DEL XXXX

DESCRIPCIÓN	AÑO 1 (2014)	AÑO 2 (2015)	AÑO 3 (2016)	AÑO 4 (2017)	AÑO 5 (2018)
INGRESOS					
VENTAS PROYECTADAS					
Bizcochuelos	24.946,14	27.426,59	30.334,53	33.756,46	37.799,06
Rosquetes	20.699,32	22.757,49	25.170,39	28.009,77	31.364,16
<b>TOTAL INGRESOS PROYECTADOS</b>	<b>45.645,46</b>	<b>50.184,08</b>	<b>55.504,93</b>	<b>61.766,23</b>	<b>69.163,21</b>
COSTOS OPERATIVOS					
MPD					
Bizcochuelos	4.211,87	4.630,67	5.121,64	5.699,39	6.381,94
Rosquetes	3.974,08	4.369,23	4.832,48	5.377,61	6.021,63
MPI					
Bizcochuelos	274,69	302,00	334,02	371,70	416,21
Rosquetes	30,97	34,05	37,66	41,91	46,93
MOD					
Bizcochuelos	2.987,47	3.489,90	3.829,12	4.201,31	4.609,68
Rosquetes	2.405,98	2.810,61	3.083,80	3.383,55	3.712,43
CIF					
Bizcochuelos	752,03	768,29	785,17	802,69	820,88
Rosquetes	605,65	618,75	632,34	646,45	661,10
<b>TOTAL COSTOS OPRATIVOS</b>	<b>15.242,74</b>	<b>17.023,49</b>	<b>18.656,22</b>	<b>20.524,61</b>	<b>22.670,79</b>
<b>UTILIDAD BRUTA PROYECTADA</b>	<b>30.402,73</b>	<b>33.160,59</b>	<b>36.848,70</b>	<b>41.241,62</b>	<b>46.492,43</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Bizcochuelos	6.061,39	6.569,36	7.160,78	7.829,10	8.539,14
Rosquetes	4.881,57	5.290,67	5.766,98	6.305,21	6.877,05
GASTOS DE VENTA					
Bizcochuelos	3.358,69	3.871,41	4.221,37	4.604,83	5.025,03
Rosquetes	2.704,94	3.117,86	3.399,70	3.708,52	4.046,93
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS</b>	<b>17.006,59</b>	<b>18.849,29</b>	<b>20.548,83</b>	<b>22.447,66</b>	<b>24.488,15</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA</b>	<b>13.396,14</b>	<b>14.311,30</b>	<b>16.299,87</b>	<b>18.793,96</b>	<b>22.004,27</b>
GASTOS FINANCIEROS	703,84	580,41	442,56	288,60	116,67
<b>UTILIDAD ANTES DE PT</b>	<b>12.692,30</b>	<b>13.730,89</b>	<b>15.857,31</b>	<b>18.505,36</b>	<b>21.887,60</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.903,84	2.059,63	2.378,60	2.775,80	3.283,14
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP A LA RENTA</b>	<b>10.788,46</b>	<b>11.671,26</b>	<b>13.478,71</b>	<b>15.729,56</b>	<b>18.604,46</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	2.373,46	2.567,68	2.965,32	3.460,50	4.092,98
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>8.415,00</b>	<b>9.103,58</b>	<b>10.513,39</b>	<b>12.269,06</b>	<b>14.511,48</b>

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

### 5.9.3. ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

#### Cuadro N° 74: Estado de Flujo de Caja Proyectado

LA CASA DEL ROSQUETE Y BIZCOCHUELO

FLUJO DE CAJA

AL 31 DE DICIEMBRE DEL XXXX

DESCRIPCIÓN	AÑO 0 (2013)	AÑO 1 (2014)	AÑO 2 (2015)	AÑO 3 (2016)	AÑO 4 (2017)	AÑO 5 (2018)
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Neta	-22.238,28	8.415,00	9.103,58	10.513,39	12.269,06	14.511,48
Depreciación		1.240,50	1.240,50	1.240,50	1.277,17	1.277,17
Valor de Rescate						11.199,17
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>-22.238,28</b>	<b>9.655,50</b>	<b>10.344,08</b>	<b>11.753,89</b>	<b>13.546,23</b>	<b>26.987,81</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago de la deuda		1.056,87	1.180,30	1.318,15	1.472,11	1.644,04
Reinversión					890,00	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>0,00</b>	<b>1.056,87</b>	<b>1.180,30</b>	<b>1.318,15</b>	<b>2.362,11</b>	<b>1.644,04</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-22.238,28</b>	<b>8.598,63</b>	<b>9.163,78</b>	<b>10.435,74</b>	<b>11.184,12</b>	<b>25.343,77</b>

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

### 5.10. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

#### 5.10.1. VALOR ACTUAL NETO

##### Valor Actual Neto con financiamiento

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

**Tabla N° 15: Decisión del VAN**

Valor	Significado	Decisión a tomar
$VAN > 0$	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida	El proyecto puede aceptarse
$VAN < 0$	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida	El proyecto debería rechazarse
$VAN = 0$	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_net](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net)

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

**Cuadro N° 75: Cálculo del Valor Actual Neto con financiamiento**

INVERSIÓN INICIAL		22.238,28
TMR		0,1094
AÑO	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2014	8.598,63	7.750,56
2015	9.163,78	7.445,30
2016	10.435,74	7.642,48
2017	11.184,12	7.382,73
2018	25.343,77	15.079,62
<b>VAN =</b>		<b>10.239,64</b>

Fuente Estudio Financiero

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

## **Fórmula**

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -22.238,28 + \frac{8.598,63}{(1+0,1094)^1} + \frac{9.163,78}{(1+0,1094)^2} + \frac{10.435,74}{(1+0,1094)^3} \\ + \frac{11.184,12}{(1+0,1094)^4} + \frac{25.343,77}{(1+0,1094)^5}$$

$$VAN = 10.239,64$$

## **Análisis**

Tomando en cuenta la regla de decisión para el Valor Actual Neto, donde el proyecto presenta cifras positivas de 10.239,64 dólares se indica que el proyecto es factible.

### **5.10.2. TASA INTERNA DE RETORNO**

#### **Tasa Interna de Retorno con Financiamiento**

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión. En términos simples la TIR es como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

- Si la TIR es mayor a la TRM el proyecto es factible
- Si la TIR es menor a la TRM el proyecto no es factible

**Cuadro N° 76: Cálculo de la tasa interna de retorno con  
financiamiento**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		22.238,28	22.238,28
<b>TMR</b>		0,1094	0,1900
<b>AÑO</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
2014	8.598,63	7.750,56	7.225,74
2015	9.163,78	7.445,30	6.471,14
2016	10.435,74	7.642,48	6.192,73
2017	11.184,12	7.382,73	5.577,17
2018	25.343,77	15.079,62	10.620,29
<b>VAN =</b>		<b>10.239,64</b>	<b>-690,09</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

### Fórmula

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

**Ti** = Tasa inferior de redescuento, es decir es aquel porcentaje con el cual el VAN muestra valores positivos.

**Ts** = Tasa superior de redescuento, es decir es aquel porcentaje con el cual el VAN muestra valores negativos.

$$TIR = 0,1094 + (0,1900 - 0,1094) \frac{10.239,64}{10.239,64 - (-690,09)}$$

$$TIR = 0,1849$$

### Análisis

La tasa de rendimiento interno es de 18,49% lo que indica que es superior a la tasa del Rendimiento medio del 10,94%. Por lo tanto se convierte en un proyecto atractivo y viable.

### 5.10.3. BENEFICIO COSTO

#### Tasa de Rendimiento Beneficio Costo con financiamiento

**Cuadro N° 77: Cálculo de la tasa de rendimiento beneficio costo**

	TRM	0,1094		
AÑO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
2014	45.645,46	41.143,52	32.953,17	29.703,05
2015	50.184,08	40.773,09	36.453,19	29.617,14
2016	55.504,93	40.648,35	39.647,62	29.035,45
2017	61.766,23	40.772,40	43.260,87	28.556,86
2018	69.163,21	41.152,31	47.275,61	28.129,12
<b>TOTAL</b>	<b>282.263,91</b>	<b>204.489,67</b>	<b>199.590,46</b>	<b>145.041,62</b>

Fuente Estudio Financiero  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

$$COSTO BENEFICIO = \frac{\sum INGRESOS / (1 + i)^n}{\sum EGRESOS / (1 + i)^n}$$

$$COSTO BENEFICIO = \frac{204.489,67}{145.041,62}$$

$$COSTO BENEFICIO = 1,41$$

#### Análisis

Este indicador es muy atractivo ya que se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable, ya que por cada dólar de gastos efectuados, el proyecto está generando 1,41 dólares de ingresos.



#### 5.10.4. PERIODO RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

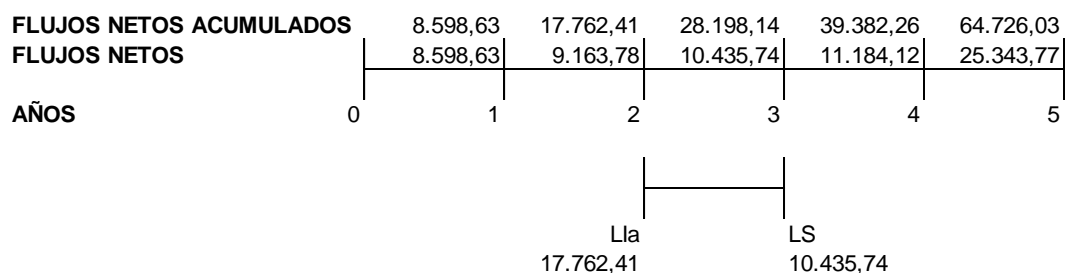
##### Recuperación de la Inversión con financiamiento

##### 5.10.4.1. Tiempo de Recuperación

**Cuadro N° 78: Tiempo de Recuperación**

AÑO	FLUJOS NETOS	INVERSIÓN
2014	8.598,63	22.238,28
2015	9.163,78	
2016	10.435,74	
2017	11.184,12	
2018	25.343,77	

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013



Tiempo de Recuperación = 2 años

$$TR = (II - Lla) / LS$$

$$TR = 0,43$$

$$TR = 0,43 * 12 = 5,15 \text{ meses}$$

#### Análisis

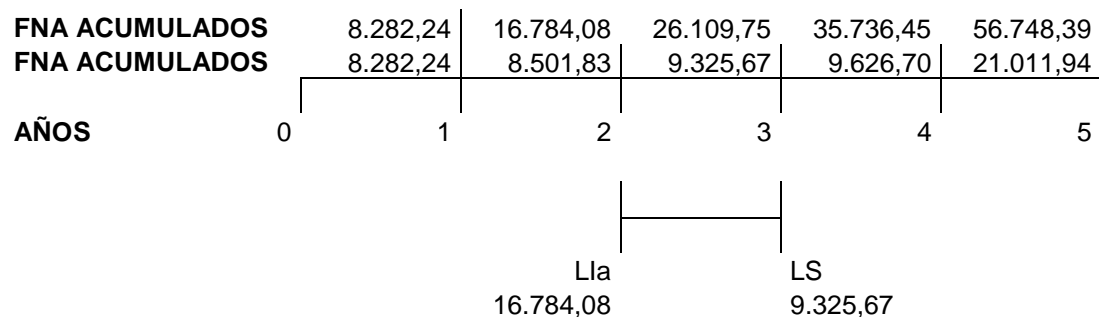
Tomando en cuenta la regla de decisión para el tiempo de recuperación donde indica que el tiempo de recuperación debe ser menor al número preestablecido de años, se indica que el proyecto es factible ya que se recuperará la inversión en 2 años y 5 meses, tiempo menor a 5 años.

#### 5.10.4.2. Tiempo de Recuperación Descontado

**Cuadro N° 79: Tiempo de recuperación descontado**

AÑO	FLUJOS NETOS	TASA	VALOR DEFLACTADO (INFLACION)	INVERSIÓN
2014	8.598,63	0,96	8.282,24	22.238,28
2015	9.163,78	0,93	8.501,83	
2016	10.435,74	0,89	9.325,67	
2017	11.184,12	0,86	9.626,70	
2018	25.343,77	0,83	21.011,94	

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013



Tiempo de Recuperación = 2 años

$$RDT = (II - Lla) / LS$$

$$RDT = 0,58$$

$$RDT = 0,58 * 12 = 7,02 \text{ meses}$$

#### Análisis

Previo análisis de la regla de decisión para el tiempo de recuperación descontado donde indica que el tiempo de recuperación descontado debe ser menor al número preestablecido de años, se indica que el proyecto es factible ya que se recuperará la inversión en 2 años y 7 meses, tiempo menor a 5 años.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. RAZÓN SOCIAL**

“LA CASA DEL ROSQUETE Y BIZCOCHUELO” es una empresa de carácter privado, se especializará en la producción y comercialización de los tradicionales rosquetes y bizcochuelos, productos conocidos en la zona norte del país. La empresa legalmente será constituida como Compañía de Responsabilidad Limitada.

#### **6.2. MARCO LEGAL**

### **COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

Entre las principales características de una compañía de responsabilidad limitada tenemos las siguientes:

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de tres personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

#### **El nombre**

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetivo de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

### **Solicitud de aprobación**

La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

### **Números mínimo y máximo de socios.**

La compañía se constituirá con tres socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio. La Casa del Rosquete y Bizcochuelo contará con la participación de tres socios en el inicio de sus actividades operacionales.

### **Capital mínimo.**

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán valuados por los socios o por los peritos.

### **6.3. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA**

#### **6.3.1. REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC**

Según el art. 431 de la Ley de Compañías establece que “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” es una sociedad bajo control de la Superintendencia de Compañías ejerciendo vigilancia y control, por lo tanto necesita de los siguientes documentos para su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes:

- Formulario RUC-01-A suscrito por el Representante Legal. El formulario RUC-01-B se presentará cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz; este formulario también deberá ser suscrito por el Representante Legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Provisionales
- Original o copia o copia certificada del nombramiento del Representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia o copia certificada de la hoja de datos generales otorgados por la Superintendencia de Compañías,

#### **Identificación del Representante Legal**

- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula de identidad y original del certificado de votación del último proceso electoral.

### **6.3.2. REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL**

- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal
- Copia de la carta de agua o luz del local
- Formulario del municipio
- Calificación artesanal si es el caso
- Pago de acuerdo al valor de la inversión (1.15% del capital + 2 dólares de Servicios Administrativos)

### **6.3.3. REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN EL MSP**

- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento
- Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud
- Al ingresar la solicitud y documentación respectiva, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios
- Entrega del informe final
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tendrá la vigencia de 1 año.

### **6.3.4. REQUISITOS DE LOS BOMBEROS**

- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal, en caso que realice una tercera persona llevar una carta de autorización con copia de cédula de quien autoriza y de la persona autorizada.
- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal
- Copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por el municipio
- Copia del último pago del Impuesto Predial, o copia de una planilla de servicios básicos con la dirección del establecimiento.

## **6.4. ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA**

### **6.4.1. NOMBRE DE LA EMPRESA**

“La Casa del Rosquete y Bizcochuelo”

### **6.4.2. MISIÓN**

“La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” es una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos de repostería tradicional, ofreciendo productos de calidad que satisfagan las necesidades del cliente.

### **6.4.3. VISIÓN**

“La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” en el año 2018 será una empresa líder en la producción de repostería fina en toda la zona norte del país.

### **6.4.4. OBJETIVOS**

- Consolidar posicionamiento en mercados actuales.
- Penetrar en nuevos mercados.
- Fomentar la innovación.
- Fomentar, desarrollar y comunicar eficientemente aplicación de gestión sustentable.
- Incrementar rentabilidad.
- Desarrollar sistemas de información que facilite la toma de decisiones.
- Desarrollar, implementar y fortalecer cadena de valor

#### 6.4.5. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- a) Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el manual de funciones.
- b) La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionadas y podrán dar lugar a la pérdida de la remuneración correspondiente.
- c) Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, compañeros y subalternos.

#### 6.4.6. PRINCIPIOS Y VALORES

##### Principios

- a) **La responsabilidad:** es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que mediante esta se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, etc.
- b) **Mejoramiento continuo:** tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.
- c) **Una buena atención al cliente:** en todas sus interrogantes, crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.
- d) **Eficiencia en las actividades:** a desarrollarse en todas las áreas de la empresa, mediante un trabajo conjunto y con buena comunicación a fin de obtener un trabajo y producto de calidad.



**e) Cuidar la imagen de la empresa:** con un buen desempeño de labores, cumplimiento de obligaciones, respetando políticas y valores, con transparencia en el desarrollo de las mismas.

## **6.5. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL**

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, es un método que sirve para lograr mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas.

De igual manera ayuda a determinar las obligaciones, deberes y responsabilidades de los miembros que conforman las distintas unidades dentro de la organización.

También se requiere que éstos tengan conocimientos de los niveles de relación, autoridad y direccionamiento de la empresa, con el fin de lograr armonía en las actividades que realizarán.

Sin embargo, cualquier estructura organizacional que se plantee, debe ser flexible a los cambios del mercado, para lo cual es necesaria la observación permanente de los procesos que se llevan a cabo, con la finalidad de replantear cualquier estructura que no ayuda a desarrollar eficientemente el proceso en un determinado tiempo.

La empresa tiene cuatro niveles jerárquicos: Nivel Directivo, Nivel Ejecutivo, Nivel Auxiliar, Nivel Operativo.

### **6.5.1. NIVELES JERÁRQUICOS DE LA EMPRESA**

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa.

### **Nivel directivo**

Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Socios. Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.

### **Nivel ejecutivo**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

### **Nivel auxiliar o de apoyo**

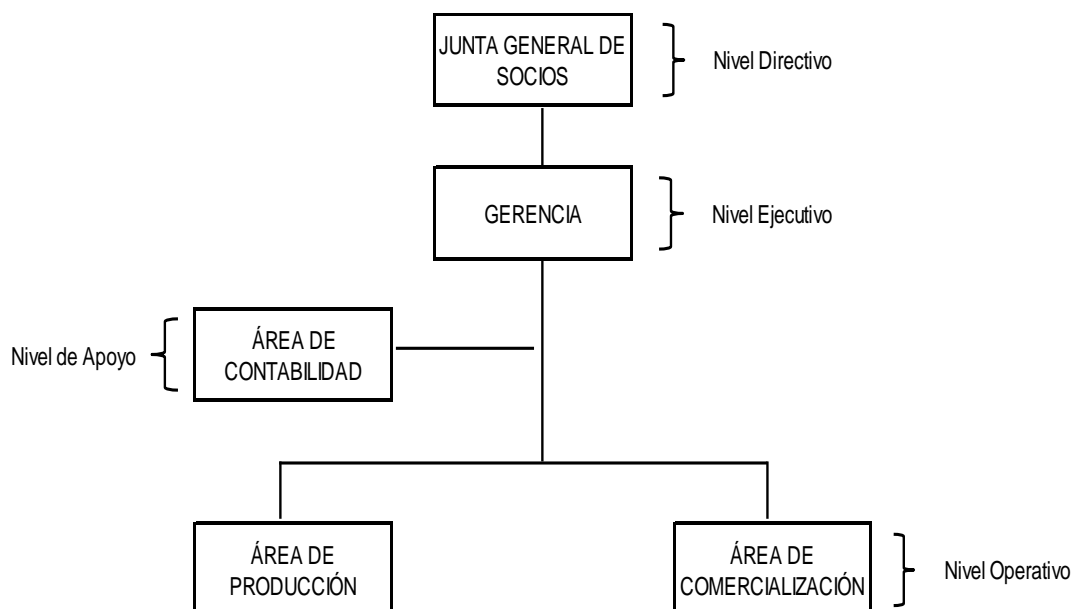
Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

### **Nivel operativo**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

## 6.5.2. ORGANIGRAMA JERÁRQUICO

**Gráfico N° 56: Organigrama Jerárquico**



Fuente Estudio Organizacional

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

## 6.6. MANUAL DE FUNCIONES

### 6.6.1. Manual de Funciones Gerente General

EMPRESA “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” GERENTE GENERAL	
<b>Unidad Administrativa:</b>	Gerencia
<b>Cargo:</b>	Gerente General
<b>Nivel Jerárquico:</b>	Ejecutivo
<b>Jefe Inmediato:</b>	Presidente Junta General de Socios.
Naturaleza del Puesto: El gerente general es el representante legal de la empresa en todos los asuntos. Este puesto tiene un carácter de coordinador pues pretende optimizar el proceso administrativo, financiero, contable y productivo de la organización.	

<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>
--------------------------------------

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Representar legalmente a la empresa</li><li>➤ Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.</li><li>➤ Dirigir y responder sobre el desarrollo de actividades financieras, contables y comerciales.</li><li>➤ Contratar, remover y sancionar a los trabajadores</li><li>➤ Custodiar el inventario de bienes y valores de la entidad.</li><li>➤ Analizar los aspectos financieros antes de la ejecución de cualquier actividad y toma de decisiones.</li><li>➤ Programar cursos de capacitación y adiestramiento del personal, tendientes a mejorar sus destrezas, habilidades y aptitudes de los empleados.</li><li>➤ Imponer sanciones disciplinarias al personal de acuerdo a leyes, normas y reglamentos internos.</li><li>➤ Autorizar la adquisición de insumos para el proceso de producción.</li><li>➤ Firmar cheques y comprobantes de egreso del pago.</li><li>➤ Realizar convenios para ofertar los productos de repostería.</li><li>➤ Buscar nuevos mercados para ofertar los productos de repostería.</li></ul> |
|---|

<b>PERFIL</b>
---------------

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Liderazgo y capacidad para dirigir empresas</li><li>➤ Excelente manejo de relaciones humanas</li><li>➤ Habilidad para solucionar conflictos</li><li>➤ Mantener un espíritu emprendedor, dinámico y positivo</li><li>➤ Actitud de trabajo en equipo</li><li>➤ Integridad moral y ética.</li></ul> |
|--|

## REQUISITOS

- Estudios en administración, ingeniería comercial o carreras afines.
- Experiencia en el campo empresarial
- Edad mínima 24 años

### 6.6.2. Manual de Funciones del Contador(a)

#### EMPRESA “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” ÁREA DE CONTABILIDAD

<b>Unidad Administrativa:</b>	Sección Contabilidad
<b>Cargo:</b>	Contador
<b>Nivel Jerárquico:</b>	Administrativo
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General

Naturaleza del Puesto: este puesto tiene carácter contable-financiero pues cuantifica, registra, clasifica, ordena e interpreta información económica.

## FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Velar que la contabilidad sea manejada de acuerdo a los principios fundamentales de contabilidad y en base a las normas internacionales de información financiera.
- Tener documentación contable al día
- Presentar obligaciones tributarias a tiempo
- Clasificar operaciones registradas, como medio para obtener objetivos propuestos
- Preparar la información financiera para ser presentado a la gerencia y socios.
- Revisar comprobantes de pago.

**PERFIL**

- Responsabilidad
- Seguridad y firmeza
- Ética moral y profesional
- Trabajo bajo presión
- Disponibilidad de tiempo.

**REQUISITOS**

- Ingeniero o egresado en contabilidad y auditoría C.P.A.
- Conocimientos en paquetes informáticos actualizados
- Experiencia en el manejo de sistemas contables
- Edad mínima 24 años
- Sexo Indistinto

**6.6.3. Manual de Funciones del Maestro Panificador**

<b>EMPRESA “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo”</b>	
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>Unidad Administrativa:</b>	Departamento de Producción
<b>Cargo:</b>	Maestro Panificador
<b>Nivel Jerárquico:</b>	Operativo
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General
Naturaleza del Puesto: Hacerse cargo de todo lo referente a los procesos productivos, para lograr la eficiencia y un producto de calidad.	

<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>
--------------------------------------

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Es preciso que establezca una línea de comunicación abierta con las siguientes personas gerente general, contador, vendedor.</li><li>➤ Mantener y verificar que estén limpios, desinfectados y operativos el equipamiento, maquinarias, utensilios y elementos de uso en repostería y del área de trabajo.</li><li>➤ Participar en la elaboración de la propuesta de productos de la empresa</li><li>➤ Recibir, controlar, verificar y almacenar materias prima según conformidad.</li><li>➤ Verificar el correcto estado de la materia prima e insumos.</li><li>➤ Informar sobre los requerimientos necesarios de materia prima e insumos.</li><li>➤ Acondicionar y preparar las materias primas para elaboración de los bizcochuelos y rosquetes.</li><li>➤ Producir los productos de calidad</li><li>➤ Suministrar combustibles al horno y controlar su calentamiento a la temperatura adecuada para hornear los panes.</li><li>➤ Controlar todo el ciclo de producción de los bizcochuelos y rosquetes</li><li>➤ Otras funciones que le asigne la gerencia.</li></ul> |
|---|

<b>PERFIL</b>
---------------

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Conocimientos en repostería o afines</li><li>➤ Poseer conocimientos de manejo de maquinaria industrial y tecnológica.</li><li>➤ Disponibilidad de Tiempo</li></ul> |
|--|

## REQUISITOS

- Formación Formal: Bachiller
- Experiencia mínima de dos años en repostería o actividades afines
- Capacidad de medir el volumen de producción.
- Manejo adecuado de los recursos.
- Haber aprobado cursos en panadería, pastelería o afines.

### 6.6.4. Manual de Funciones del Vendedor

EMPRESA “La Casa del Rosquete y Bizcochuelo” ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	
<b>Unidad Administrativa:</b>	Departamento de Comercialización
<b>Cargo:</b>	Vendedor
<b>Nivel Jerárquico:</b>	Operativo
<b>Jefe Inmediato:</b>	Gerente General
Naturaleza del Puesto: Este puesto es de carácter comercial, puesto que de esta actividad dependen las operaciones económicas.	

## FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Controlar la calidad del producto
- Realizar las compras y ventas buscando siempre la mejor opción para el beneficio de la empresa.
- Contactar proveedores.
- Realizar negociaciones.
- Solicitar presupuestos a distintos distribuidores y solicitar información sobre las características de los productos.
- Tomar en cuenta los servicios, políticas de ventas, seriedad, calidad y precio que los proveedores ofrecen.



- Coordinar actividades con el gerente general para buscar las mejores opciones en el mercado.
- Asegurarse que en una negociación las dos partes cumplan con lo pactado.
- Entregar facturas por concepto de la compra

#### **PERFIL**

- Poseer conocimientos en ventas
- Honestidad
- Disponibilidad de tiempo.
- Excelentes relaciones humanas
- Poseer alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.

#### **REQUISITOS**

- Formación Formal: Bachiller
- Estar completamente respaldado con conocimientos en ventas.
- Haber aprobado cursos de computación, contabilidad, ventas o afines.

### **6.7. NORMAS DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO**

#### **6.7.1. Seguridad Industrial**

- El orden y la limpieza son imprescindibles para mantener los estándares de calidad.
- Usar herramientas apropiadas y promover su conservación.

- Prestar atención al trabajo que se está realizando.

#### **6.7.2. Orden y Limpieza**

- Vestir el uniforme de trabajo higiénicamente, sin bien en la actividad de producción no se podrá mantenerlo totalmente limpio, el personal podrá cambiarse las veces que sea necesario.
- No vestir excesivas ropas cuando se trabaja. Esto resulta incómodo y dificulta las labores.
- Limpiar la maquinaria y lugar de trabajo, recoger todo material tirado y mantener el orden del área de trabajo.
- Guardar ordenadamente los materiales y herramientas. No dejarlos en lugares inseguros, esto permitirá que el nuevo proceso productivo se desarrolle de manera eficiente.

#### **6.7.3. Equipos de Protección Individual**

- Utilizar el uniforme de trabajo en el área de producción de manera correcta.
- Tener uñas cortas tanto por higiene personal como para la higiene de los productos.
- Tener útiles de aseo personal y solicitar a tiempo los requerimientos.
- No usar anillos, aretes, cinturones u objetos de fácil desprendimiento, para evitar caídas en el producto o inconvenientes con la maquinaria.

#### **6.7.4. Herramientas y Maquinaria**

- Inspeccionar las herramientas y maquinaria diariamente después de cada jornada laboral para determinar la existencia de anomalías.
- Retiro de herramientas defectuosas e informara a la administración.
- Dejar las herramientas en los respectivos lugares seguros para evitar accidentes

### **6.8. CONTROL INTERNO**

El control interno es de importancia para la estructura administrativa contable de una empresa.

Esto asegura que tan confiable es su información financiera, frente a los fraudes, eficiencia y eficacia operativa. En todas las empresas es necesario tener un adecuado control interno, pues gracias a este se evitan riesgos, y fraudes, se protegen y cuidan los activos y los intereses de las empresas, así como también se logra evaluar la eficiencia de la misma en cuanto a su organización.

#### **6.8.1. DISEÑO DE CONTROLES DE OPERACIÓN**

##### **6.8.1.1. Compras**

Los procedimientos que se describirán a continuación están dirigidos a salvaguardar todas las compras de materia prima y otros que realiza la empresa.

## **Procedimientos de Control Interno**

- Deben solicitarse cotizaciones a diferentes proveedores antes de realizar cada compra.
- Verificar que los insumos adquiridos no estén vencidos ni en malas condiciones y que sean las cantidades solicitadas.
- Debe mantenerse un control para las cuentas por pagar a proveedores.
- El espacio físico asignado para bodega debe cumplir con las condiciones mínimas necesarias para que los insumos permanezcan en buen estado.
- Registrar en hojas de inventario el ingreso y salida de mercadería.
- Ordenar los productos de manera que puedan ser localizados fácilmente.

### **6.8.1.2. Producción**

Debido a la naturaleza perecedera de los productos (bizcochuelos y rosquetes) éste no pasa por bodega para mantener existencias, ya que es comercializado inmediatamente, por ello los procedimientos de control interno se han orientado al manejo de las materias primas necesarias para su elaboración.

## **Procedimientos de Control Interno**

- Documentar por medio de fórmulas o recetas por cada tipo de productos (bizcochuelos y rosquetes), para reducir el volumen de los desperdicios.
- El espacio físico asignado para la elaboración de los productos de repostería debe estar distribuido de tal forma que no ocurran accidentes de trabajo.
- Definir un método efectivo para el cálculo de los costos de producción y precios de venta.
- Establecer un control para el producto en existencia.

### **6.8.1.3. Ventas**

El diseño de procedimientos en esta área está orientado a establecer controles para la salida del producto a la venta en el local y del producto no vendido durante el día.

## **Procedimientos de Control Interno**

- Elaborar un reporte diario de ventas, el cual deberá ser entregado al propietario, contador, o gerencia, para la toma de decisiones.
- El efectivo proveniente de las ventas debe ser controlado diariamente y mensualmente de tal manera que pueda contarse con información detallada del estado actual de las mismas.

## **6.8.2. DISEÑO DE CONTROLES DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA.**

### **6.8.2.1. Caja**

El efectivo es el activo más líquido de un negocio y comprende el conjunto de valores con que cuenta la empresa para satisfacer sus necesidades de operación en forma inmediata, por lo cual se necesita contar con procedimientos de control interno que garanticen el buen uso de los fondos que dispone la empresa.

#### **Procedimientos de Control Interno**

- Separación de funciones de autorización, ejecución, custodia y registro de caja.
- Ninguna persona que interviene en caja, debe tener acceso a los registros contables que controlen su actividad.
- Debe aperturarse una cuenta bancaria específica para los fondos obtenidos en la empresa.
- Todos los ingresos deben ser depositados completos y exactos en la cuenta bancaria destinada para el efecto, por los menos 3 veces en la semana.
- Todos los gastos deben ser aprobados y autorizados por el gerente.

### **6.8.2.3. Contabilidad**

Los procedimientos de control están enfocados a que las operaciones de la repostería se registren mediante un sistema contable que permita mostrar la situación económica y financiera, sirviendo de base al propietario para la toma de decisiones.

#### **Procedimientos de Control Interno**

- Establecer y mantener un sistema contable dentro del marco de las disposiciones legales aplicables.
- Las operaciones deben registrarse dentro del periodo en que ocurran, a efecto de que la información contable sea oportuna y útil para la toma de decisiones.
- Efectuar conciliaciones mensuales de las cuentas bancarias para verificar los saldos o disponibilidades.
- Elaborar reporte mensual de ingresos y egresos.

### **6.8.2.4. Inventarios**

Comprenderá el conjunto de bienes corpóreos, tangible y en existencia, propios y de disponibilidad inmediata para su consumo (Materia prima y materiales).

#### **Procedimientos de control interno**

- Registrar mediante tarjeta la entrada y salida los materiales en bodega, utilizando el método de inventarios Primeras Entradas

Primeras Salidas, es decir que la primera mercadería comprada es la primera utilizada, debido a la naturaleza de los productos.

- El propietario o encargado, debe verificar la requisición y existencia de lo solicitado.
- El propietario o encargado, debe seleccionar el material de acuerdo a la fecha de vencimiento.
- El propietario o encargado, debe entregar el material al maestro de repostería.

#### **6.8.2.5. Activo Fijo**

El equipo debe contar con mantenimiento preventivo, a fin de optimizar su rendimiento y garantizar una producción sin interrupciones, así como aumentar su período de vida útil.

Para que este control sea ejecutado de una manera organizada, debe implementarse una hoja de control para el equipo. (Batidora, amasadora, otros).

#### **6.8.2.6. Personal**

La selección y contratación de personal se realizará siguiendo procedimientos y políticas establecidas, estas actividades incluyendo el pago de salarios deberán contar con su respectivo documento de soporte.



## **Procedimientos de control interno**

- Implementar un historial laboral de cada trabajador a fin tener un registro actual de los datos personales del solicitante, al ser una empresa nueva dicho historial podrá presentarse de manera sencilla.
- Se elaborará contrato de trabajo debiendo llevar la documentación personal del empleado con un periodo de prueba de 30 días.
- Se mantendrá un expediente de personal que incluirá documentación personal, contrato, incapacidades, permisos, amonestaciones y otros.
- Se elaborarán planillas de sueldo y salarios de personal la cual deberá estar firmada por cada empleado como constancia del pago recibido.
- Asignar al personal el equipo de higiene y seguridad, necesarios para el desarrollo de sus funciones.
- Implementar un sistema de control de asistencia para efectos del cálculo del salario, siendo una empresa nueva podrá realizarse de manera manual donde los trabajadores firmen la entrada y salida.

## CAPÍTULO VII

### 7. ESTUDIO DE IMPACTOS

El presente capítulo constituye un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. De las variadas metodologías existentes para realizar un análisis de impactos, se ha escogido la que más se adapta en contexto de la presente investigación, además tiene la ventaja de que operativamente es de fácil desarrollo y fundamentalmente es efectiva, real y de fácil interpretación.

En primer lugar se ha creído conveniente establecer una tabla de valoración de impactos con un rango desde menos 3 hasta 3 positivo de la siguiente manera:

**Cuadro N° 80: Tabla de Valoración de Impactos**

-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Negativo

Fuente Estudio de Impactos  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

En segundo lugar se coloca en cada matriz los rangos de cada impacto en forma horizontal mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que darán información a cada una de las áreas seleccionadas.

A continuación se asigna un nivel de impacto a cada uno de los indicadores.

Se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente, para lo cual se obtiene la sumatoria de los indicadores establecidos y este resultado se lo divide para el número de indicadores.

Bajo cada matriz se realiza un breve análisis de indicador por indicador, en el cual se argumente o se explique las razones por la que se asignó determinado nivel de impacto de cada indicador.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz global de impactos que utilizando los ítems mencionados anteriormente, permiten establecer el impacto global del proyecto lógicamente en la primera columna se sustituye los indicadores de la áreas o ámbitos

## 7.1. IMPACTO ECONÓMICO

**Cuadro N° 81: Impacto Económico**

FACTORES	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de Ingresos						X		2
Generación de empleos							X	3
Creación de nuevos proyectos							X	3
Desarrollo del Sector						X		2
Nivel de Rentabilidad							X	3
<b>SUMAN</b>								<b>13</b>

**Fuente** Estudio de Impactos  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{12}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = 2,4$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \text{Impacto Medio Positivo}$$

## **Análisis de Indicadores**

### **7.1.1. Nivel de Ingresos**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, ya que el proyecto permitirá aumentar los recursos de los individuos y la empresa, mejorando las condiciones de vida.

### **7.1.2. Generación de empleos**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, ya que con la creación de la nueva empresa productora y comercializadora de los tradicionales rosquetes y bizcochuelos, se darán nuevas oportunidades laborales a los habitantes de la parroquia La Paz.

### **7.1.3. Creación de nuevos proyectos**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, ya que la innovación y el emprendimiento podrán fomentarse en más personas de la comunidad, impulsándolos a la implantación de nuevas alternativas de superación.

#### 7.1.4. Desarrollo del Sector

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, considerando que la parroquia La Paz un lugar turístico se cree que mejorará considerablemente las alternativas en repostería tanto para la comunidad, el sector turístico nacional e internacional.

#### 7.1.5. Nivel de Rentabilidad

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, ya que previo a un buen estudio financiero se determina que el proyecto es rentable y atractivo para los inversionistas.

### 7.2. IMPACTO SOCIAL

**Cuadro N° 82: Impacto Social**

FACTORES	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad de Vida						X		2
Estabilidad Familiar						X		2
Relaciones Interpersonales							X	3
Bienestar Comunitario							X	3
<b>SUMAN</b>								<b>10</b>

Fuente Estudio de Impactos

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = 2,5$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \text{Impacto Alto Positivo}$$

## **Análisis de Indicadores**

### **7.2.1. Calidad de Vida**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, permitiendo que el proyecto una vez en marcha mejore los índices de bienestar social dentro de este campo se podría analizar educación, vivienda, salud, etc.

### **7.2.2. Estabilidad Familiar**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, la unidad familiar es el núcleo fundamental para el desarrollo de los grandes pueblos, significativamente la generación de nuevos puestos laborales fomentará la unidad del hogar.

### **7.2.3. Relaciones Interpersonales**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, unas excelentes relaciones interpersonales dará paso a asociaciones de largo plazo entre dos o más personas, empresa-clientes, empresa-proveedores, empresa-comunidad.

### **7.2.4. Bienestar Comunitario**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, el bienestar comunitario se verá reflejado en la tranquilidad y satisfacción humana. La empresa no dañará ningunas otras relaciones existentes con ninguno de los habitantes de la parroquia.

### 7.3. IMPACTO AMBIENTAL

**Cuadro N° 83: Impacto Ambiental**

FACTORES	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación ambiental						X		2
Condiciones Sanitarias							X	3
Manejo de desechos							X	3
Contaminación del aire						X		2
Infraestructura						X		2
<b>SUMAN</b>								<b>12</b>

Fuente Estudio de Impactos

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{12}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = 2,4$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \text{Impacto Medio Positivo}$$

### Análisis de Indicadores

#### 7.3.1. Contaminación Ambiental

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, si bien todo proyecto trae consecuencias al ambiente, la empresa se ajustará a todas las normas, reglamentos, ordenanzas, a fin de disminuir el impacto al entorno.

#### 7.3.2. Condiciones Sanitarias

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, ya que la empresa distribuirá productos con el respectivo registro

sanitario, ofreciendo a los clientes un producto de calidad y agradable de acuerdo a sus expectativas alimenticias.

### 7.3.3. Manejo de Desechos

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, la empresa tendrá todos los cuidados con la basura, materiales y demás productos no deseados, a fin de eliminarlos, reciclarlos, reutilizarlos, etc.

### 7.3.4. Contaminación del Aire

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, la producción de productos de repostería implica hornearlos diariamente, por lo que el impacto al aire será inferior a otras empresas.

### 7.3.5. Infraestructura

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, la construcción de la nueva empresa será en un área urbana, en donde la construcción física no destruirá ningún área verde.

## 7.4. IMPACTO EMPRESARIAL - COMERCIAL

**Cuadro N° 84: Impacto Empresarial – Comercial**

FACTORES	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Convenios						X		2
Manejo de Recursos							X	3
Posicionamiento en el Mercado						X		2
Clima Organizacional							X	3
<b>SUMAN</b>								<b>10</b>

Fuente Estudio de Impactos

Elaboración: La Autora

Año de Investigación: 2013



$$\text{Nivel de Impacto Empresarial - Comercial} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,5$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Impacto Alto Positivo}$$

## **Análisis de Indicadores**

### **7.4.1. Convenios**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, ya que la empresa podrá establecer convenios con proveedores, con clientes, esto originaría grandes oportunidades de desarrollo empresarial.

### **7.4.2. Manejo de Recursos**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, la eficiencia será importante en el proceso productivo mediante la correcta optimización de recursos.

### **7.4.3. Posicionamiento en el mercado**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, siendo los bizcochuelos y rosquetes un producto conocidos en la zona, la empresa tendrá una buena aceptación en el mercado.

### **7.4.4. Clima Organizacional**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, ya que un buen equipo de trabajo permitirá un buen ambiente laboral, donde todos los involucrados persigan fines en común.

## 7.5. IMPACTO EDUCATIVO – CULTURAL

**Cuadro N° 85: Impacto Educativo – Cultural**

FACTORES	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Actualización y Fortalicimiento de Conocimientos							X	3
Desarrollo de habilidades y destrezas							X	3
Capacitación						X		2
Consumo de productos							X	3
Tradición							X	3
<b>SUMAN</b>								<b>14</b>

**Fuente** Estudio de Impactos

**Elaboración:** La Autora

**Año de Investigación:** 2013

$$\text{Nivel de Impacto Educativo - Cultural} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{14}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,8$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Impacto Alto Positivo}$$

### **Análisis de Indicadores**

#### **7.5.1. Actualización y fortalecimiento de conocimientos**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo. El presente proyecto de la planta de producción y comercialización de productos de repostería será un material de información y conocimiento que les servirá no solo para la información académica, sino también como un medio de actualización, información y

fuentes de consulta, para el mejoramiento de los conocimientos de todos los estudiantes.

#### **7.5.2. Desarrollo de habilidades y destrezas**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, los bizcochuelos y rosquetes son productos propios de la zona, en tal virtud su preparación es conocida por pocas personas, por lo que se puede asegurar que el personal de producción posee grandes habilidades y destrezas.

#### **7.5.3. Capacitación**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 2 siendo un Impacto Medio Positivo, el personal tanto administrativo, financiero y de producción contará con el apoyo para que puedan ser capacitados, actualicen conocimiento y mejoren a favor personal y de la organización.

#### **7.5.4. Consumo de productos**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, ya que los productos ofertados (bizcochuelos y rosquetes) son conocidos y tiene gran aceptación.

#### **7.5.5. Tradición**

Este indicador tiene un nivel de impacto de 3 siendo un Impacto Alto Positivo, la empresa buscará el rescate de costumbres y tradiciones en nuevas generaciones con un producto propio de la zona.

## 7.6. IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO

**Cuadro N° 86: Impacto Global del Proyecto**

FACTORES	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Económico							X	3
Impacto Social							X	3
Impacto Ambiental						X		2
Impacto Empresarial - Comercial							X	3
Impacto Educativo - Cultural							X	3
<b>SUMAN</b>								<b>14</b>

Fuente Estudio de Impactos  
 Elaboración: La Autora  
 Año de Investigación: 2013

$$\text{Nivel de Impacto Global} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Global} = \frac{14}{5}$$

$$\text{Nivel de Impacto Global} = 2,8$$

$$\text{Nivel de Impacto Global} = \text{Impacto Alto Positivo}$$

### Análisis de Indicadores

El impacto global del proyecto es de 2.8 siendo un Impacto alto positivo, lo que su implementación trae grandes expectativas de desarrollo tanto para la empresa como para los habitantes de la parroquia La Paz.

## CONCLUSIONES

- De acuerdo al Diagnóstico Situacional realizado al sector de la parroquia La Paz, se logró determinar mediante el análisis del diagnóstico externo AOOR que existen más condiciones favorables que desfavorables, que impulsan el desarrollo del presente proyecto.
- En la obtención de las Bases Teóricas se pudo conocer la conceptualización de los términos elementales que sirvieron de guía para el desarrollo de este trabajo, entre ellos está la descripción de todo el proceso productivo y temas a fines al desarrollo del proyecto, que se utilizaron como fuente de ayuda para la ejecución del mismo.
- El Estudio de Mercado permitió demostrar la existencia de un mercado potencial a satisfacer, frente a la oferta actual, determinando de esta manera la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del tamaño del mercado.
- Mediante el Estudio Técnico se determinó la capacidad y tamaño del proyecto, la localización y la determinación de la inversión necesaria para su ejecución. El sitio donde se propone el proyecto investigativo ofrece ventajas en cuanto a transporte, disponibilidad de materia prima y buena ubicación del sector.
- Con los resultados del Estudio Económico y Financiero se concluye que el proyecto es viable, ya que proporciona al inversionista una rentabilidad atractiva. La evaluación financiera justifica la inversión del proyecto pues generará utilidades a lo largo de su vida útil.
- La estructura administrativa y funcional de la empresa sirvió para establecer la propuesta de la distribución organizativa y eficaz de la empresa.

- En el análisis de impactos: económico, social, empresarial – comercial, educativo – cultural, se logró determinar los efectos positivos y negativos que surgirán al implantar la empresa. El impacto general del proyecto se encuentra en una escala de valoración de impacto alto positivo, y la implementación del proyecto será totalmente atractivo a los sectores involucrados.

## RECOMENDACIONES

- La empresa debe aprovechar los aliados y oponentes que se encontró en el diagnóstico situacional, a fin de promover actividades productivas y comerciales en la parroquia la paz, mediante la implementación de proyectos a favor de la comunidad.
- En el proceso de panificación debe innovarse periódicamente con la utilización de tecnologías que favorezcan una óptima producción, para ello la investigación es parte esencial para la creación de nuevas técnicas de panificación.
- Se debe investigar de manera continua las necesidades de los clientes, de manera que se aprovechar al máximo los recursos y ser un ente competitivo en el sector, además no se debe descuidar los factores por los cuales interactúa el mercado actual.
- La zona cuenta con medios de transporte de puerta a puerta, buena ubicación, entre otros aspectos que benefician el desarrollo del proyecto, por lo cual se recomienda la utilización de tecnologías adecuadas, así como la obtención de materia prima de calidad, logrando producir y comercializar productos de acuerdo a las altas exigencias de los consumidores, mediante el uso adecuado de buenas prácticas alimentarias.
- Antes de implantar un negocio (empresa) se debe estudiar financieramente la viabilidad de proyecto en curso, de esta manera se tendrá una certera respuesta sobre si la evaluación financiera justifica la inversión del proyecto.
- Para el desarrollo institucional de una empresa se recomienda contar con una estructura organizacional sumamente flexible, con el propósito

de direccionar y coordinar las actividades de cada uno de los trabajadores logrando crecimiento de la misma, enfocado al cumplimiento de la misión, visión y todos los elementos estratégicos formulados; para lograr los objetivos planteados basándose en el trabajo en equipo.

- Analizar las variables del entorno y conocer el impacto que tendrá la puesta en marcha de un negocio, esto permitirá conocer de manera adecuada la situación actual y actuar de manera anticipada para corregir algún aspecto que nos pueda perjudicar a futuro.



## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA

- ARAUJO, David. (2012). Proyectos de Inversión. Editorial Trillas.
- ASECIO, Eva. (2009). Cómo crear tu nueva empresa, para sobrevivir a la crisis. Editorial Paraninfo. Madrid.
- OBRAVO, Mercedes. (2011). Contabilidad General. Décima Edición. Editorial Escobar. Quito.
- CORDOBA, Marcial. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Segunda Edición, Editorial Ecoediciones. Bogotá.
- FLORES, Juan. (2010). Proyectos de Inversión para las PYMES: Creación de empresas. Editorial Ecoediciones. Bogotá.
- JONES, Gareth R. (2008). Teoría organizacional: Diseño y cambio en las organizaciones. Quinta Edición. Editorial Pearson Education.
- KOTLER, Phillip. (2012). Marketing 3.0. Editorial Ediciones de la U.
- LAMB, Charles W.; Hair, Joseph F. (2011). Marketing. Onceava Edición. Editorial Cengage Learning.
- LEIVA, Francisco. (2010). Nociones de la Metodología de la Investigación. Quinta Edición. Editorial Dimaxi. Guayaquil.
- MARTINEZ Hector; ÁVILA Elizabeth. Metodología de la Investigación. Editorial Cengage Learning.

- MEZA, Jhonny de Jesus. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Segunda Edición. Editorial Ecoediciones. Bogotá.
- ORTEGA, Alonso. (2010). Proyectos de Inversión. Editorial D.F./CECSA. México.
- PALACIOS, Luis. (2012). Estrategias de Creación Empresarial. Editorial Ecoediciones. Bogotá.
- SAPAG, Nassir. (2011). Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. Editorial Pearson Education
- SARMIENTO, Rubén. (2010). Contabilidad de Costos. Editorial Andinos.
- ZAPATA, Pedro. (2011). Contabilidad general: Con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Séptima Edición. Editorial McGrawHill, Madrid.

## **LINCOGRAFÍA**

- <http://clubdereposteria.com/funcion-de-los-ingredientes/>
- Andinos, E. P. (s.f.). *Mis recetas*. Recuperado el 21 de 01 de 2012, de <http://www.folkloredelnorte.com.ar/costumbres/rosquete.htm>
- Andrade, S. (01 de 2006). *Promonegocios.net*. Recuperado el 09 de 01 de 2012, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Aybar, G. C. (30 de 09 de 2009). *Monografías.com*. Recuperado el 02 de 01 de 09, de

[http://www.monografias.com/usuario/perfiles/guiliana\\_coronado\\_aybar/monografias](http://www.monografias.com/usuario/perfiles/guiliana_coronado_aybar/monografias)

- Mandy, Q. (03 de 12 de 2009). *Monografías.com*. Recuperado el 21 de 01 de 2012, de [http://www.monografias.com/usuario/perfiles/mandy\\_quinones/monografias](http://www.monografias.com/usuario/perfiles/mandy_quinones/monografias)
- McGraw-Hill, E. (19 de 09 de 2008). *Emagister*. Recuperado el 2012 de 01 de 11, de <http://www.emagister.com/curso-marketing-produccion-costes/marketing-definicion-objetivos-produccion>
- *Taringa*. (s.f.). Recuperado el 21 de 01 de 2012, de [http://www.taringa.net/posts/recetas-y-cocina/2415459/Historia\\_Secretos-Bizcochuelo\\_.html](http://www.taringa.net/posts/recetas-y-cocina/2415459/Historia_Secretos-Bizcochuelo_.html)

# ANEXOS

## **Anexo N° 01: Entrevista dirigida a propietarios o administradores de panaderías**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DE PANADERÍAS**

**OBJETIVO:** Esta entrevista tiene por objeto identificar como se encuentra operando la competencia actualmente.

#### **CUESTIONARIO:**

1. ¿Cuáles son los servicios que ofrece su establecimiento?
2. ¿Cuáles son las formas de producción que utiliza?
3. ¿Qué tecnología utiliza para la producción?
4. ¿En qué estado se encuentran las vías de acceso para llegar a su establecimiento?
5. ¿En qué horario atiende su establecimiento?
6. ¿Aproximadamente cuántos clientes visitan su local por día?
7. De los clientes que visitan el local ¿Cuánto aproximadamente se vende de bizcochuelos?
8. De los clientes que visitan el local ¿Cuánto aproximadamente se vende de rosquetes?
9. ¿Cuántas fundas cree ud. que consume una persona por mes?
10. ¿Cuáles son las mayores temporadas que los clientes visitan su local?
11. ¿Cómo considera Ud. Que son sus precios, con respecto a la competencia?

12. ¿Cuál es el costo del consumo aproximado por persona?
13. ¿Qué medios de publicidad utiliza para promocionar su local?
14. ¿Cómo considera el rendimiento que genera el negocio?

**Anexo N° 02: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia La Paz**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**ENCUESTA  
DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA LA PAZ**

**OBJETIVO:** Esta encuesta tiene por objeto establecer la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes en la parroquia La Paz, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

**INSTRUCCIONES:**

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas
- Marque con una sola X según corresponda su respuesta.

**DATOS TÉCNICOS DEL ENCUESTADO(A):**

**Género:** Masculino ( ), Femenino ( )

**Edad:** Menos de 20 ( ), 21 – 35 ( ), 36 – 50 ( ), 51 - 60 ( ), Más de 60( )

**Actividad u ocupación:** Estudiante ( ), Profesional Independiente ( ), Ama de Casa ( ), Empleado Público ( ), Empleado Privado ( ), Comerciante ( ), Otros ( )

**Nivel de Educación:** Primaria ( ), Secundaria ( ), Tercer Nivel ( )

**CUESTIONARIO:**

1. ¿A degustado Ud. de los tradicionales bizcochuelos y rosquetes?

SI ( )

NO ( )

2. ¿Considera que los beneficios de nutricionales de los rosquetes y bizcochuelos son?

Altos ( )

Medio Alto ( )

Medio ( )

Bajo ( )

3. ¿Cree Ud. que la calidad de los rosquetes y bizcochuelos que actualmente se ofertan en el mercado es?

Excelente ( )

Muy Bueno ( )

Bueno ( )

Regular ( )

4. ¿De los productos mencionados bizcochuelos y rosquetes, cuál es de su preferencia?

Bizcochuelo ( )

Rosquete ( )

5. ¿Por qué razón Ud. consume productos de repostería?
- |  |     |
|--|-----|
| Por alimentación                           | ( ) |
| Nivel de nutrición                         | ( ) |
| Porque le gusta                            | ( ) |
| Productos Exquisitos                       | ( ) |
| Por costumbre                              | ( ) |
| Porque pueden servirse con otros alimentos | ( ) |
6. ¿En su hogar con qué frecuencia consumen productos de repostería?
- |                               |     |
|-------------------------------|-----|
| Diario                        | ( ) |
| Dos veces a la semana         | ( ) |
| Tres veces a la semana        | ( ) |
| Más de tres veces a la semana | ( ) |
7. ¿En su hogar cuantas unidades promedio de productos de repostería consumen por persona?
- |            |     |
|------------|-----|
| De 1 a 5   | ( ) |
| De 5 a 10  | ( ) |
| De 10 a 15 | ( ) |
| Más de 20  | ( ) |
8. ¿Por qué razones usted visita lugares de repostería?
- |                       |     |
|-----------------------|-----|
| Rápido acceso         | ( ) |
| Servicio Adecuado     | ( ) |
| Instalaciones cómodas | ( ) |
| Ambiente agradable    | ( ) |
| Precios cómodos       | ( ) |
| Productos exquisito   | ( ) |
| Otros                 |     |
- .....

9. ¿En su hogar que días son de preferencias para degustar de productos de repostería? ( )
- Durante los fines de semana ( )
- Durante la semana ( )
- Todos los días de la semana ( )
- Otro..... ( )
10. ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto? ( )
- Tienda especializada ( )
- Supermercados ( )
- Tiendas ( )
- Otro ..... ( )
11. ¿De sus ingresos mensuales, cuanto dispondría para degustar de productos de repostería? ( )
- De 5 a 10 dólares ( )
- De 10 a 20 dólares ( )
- De 20 a 50 dólares ( )
- Más ( )
12. ¿Qué tan importante es el costo a la hora de elegir un producto? ( )
- Extremadamente importante ( )
- Muy importante ( )
- Un poco importante ( )
- Ligeramente importante ( )
- Nada importante ( )
13. ¿Cuánto estaría Ud. Dispuesto a pagar por un producto de repostería? ( )
- De 0,5 a 1 dólares ( )
- De 1 a 1,50 dólares ( )
- De 1,50 a 2 dólares ( )
- Mas ( )



14. ¿Estaría usted de acuerdo que se cree una empresa productora y comercializadora de bizcochuelos y rosquetes, específicamente en la parroquia La Paz?

Totalmente de acuerdo ( )  
 Medianamente de acuerdo ( )  
 De acuerdo ( )  
 En desacuerdo ( )

15. ¿Qué servicios le gustaría a Usted que le brinde el nuevo establecimiento?

SERVICIO A ( )	SERVICIO B ( )	SERVICIO C ( )
Repostería Panadería Heladería	Bar Repostería Panadería Heladería	Bar Repostería Panadería Heladería Cafetería

16. ¿Con la creación de esta empresa, estaría Ud. dispuesto a adquirir el producto?

Si ( )  
 No ( )

#### OBSERVACIONES

.....  
 .....

Encuestador(a):.....

Fecha:.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

### Anexo 03: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Directa de los Bizcochuelos

DESCRIPCIÓN	DENOMINACIÓN	AÑO BASE CANTIDAD	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Harina	Libras	1.250	1.260	1.334	1.421	1.524	1.643
Almidón de Achira	Libras	1.250	1.260	1.334	1.421	1.524	1.643
Huevos	Unidades	31.257	31.498	33.355	35.534	38.088	41.080
Azúcar	Libras	1.250	1.260	1.334	1.421	1.524	1.643
<b>TOTAL</b>		<b>35.008</b>	<b>35.277</b>	<b>37.358</b>	<b>39.799</b>	<b>42.659</b>	<b>46.010</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

### Anexo 04: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Directa de los Rosquetes

DESCRIPCIÓN	DENOMINACIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Harina	Libras	1.510	1.522	1.612	1.717	1.840	1.985
Huevos	Unidades	18.880	19.025	20.147	21.463	23.006	24.813
Azúcar Impalpable	Libras	1.510	1.522	1.612	1.717	1.840	1.985
Leche	Lítro	378	381	403	429	460	496
<b>TOTAL</b>		<b>22.278</b>	<b>22.450</b>	<b>23.774</b>	<b>25.327</b>	<b>27.147</b>	<b>29.279</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

### Anexo 05: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Indirecta de los Bizcochuelos

DESCRIPCIÓN	DENOMINACIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Polvo de Hornear	Libras	125	126	133	142	152	164
Esencia de Hinojo	Litro	63	63	67	71	76	82
Limón	Unidades	625	630	667	711	762	822
<b>TOTAL</b>		<b>813</b>	<b>819</b>	<b>867</b>	<b>924</b>	<b>990</b>	<b>1.068</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

### Anexo 06: Requerimiento en Cantidad de Materia Prima Indirecta de los Rosquetes

DESCRIPCIÓN	DENOMINACIÓN	AÑO BASE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sal	Libras	15,10	15,22	16,12	17,17	18,40	19,85
Azúcar	Libras	15,10	15,22	16,12	17,17	18,40	19,85
Alcohol	Litros	37,76	38,05	40,29	42,93	46,01	49,63
<b>TOTAL</b>		<b>67,97</b>	<b>68,49</b>	<b>72,53</b>	<b>77,27</b>	<b>82,82</b>	<b>89,33</b>

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

### Anexo 07: Proyección de Precios de la Materia Prima Directa de los Bizcochuelos

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Harina	0,36	0,37	0,39	0,40	0,42	0,43
Almidón de Achira	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58	0,60
Huevos	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Azúcar	0,36	0,37	0,39	0,40	0,42	0,43

Fuente Estudio Financiero  
Elaboración: La Autora  
Año de Investigación: 2013

**Anexo 08: Proyección de Precios de la Materia Prima Directa de los  
Rosquetes**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Harina	0,36	0,37	0,39	0,40	0,42	0,43
Huevos	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10
Azúcar Impalpable	1,05	1,09	1,13	1,17	1,22	1,27
Leche	0,42	0,44	0,45	0,47	0,49	0,51

**Fuente** Estudio Financiero  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

**Anexo 09: Proyección de Precios de la Materia Prima Indirecta de los  
Bizcochuelos**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Polvo de Hornear	1,10	1,14	1,19	1,23	1,28	1,33
Esencia de Hinojo	1,00	1,04	1,08	1,12	1,16	1,21
Limón	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12

**Fuente** Estudio Financiero  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013

**Anexo 10: Proyección de Precios de la Materia Prima Indirecta de los  
Rosquetes**

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE PRECIO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Sal	0,35	0,36	0,38	0,39	0,41	0,42
Azúcar	0,36	0,37	0,39	0,40	0,42	0,43
Alcohol	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58	0,60

**Fuente** Estudio Financiero  
**Elaboración:** La Autora  
**Año de Investigación:** 2013